



A la UNE :
Page 30 : 100% des consommations électriques JCDecaux seront d'origine renouvelable d'ici 2022.
Page 4 Jean-Sébastien se consacrer aux activités philanthropiques de notre famille
Page 50 : Le rassemblement 2019



MÉMOIRE

Nous avons appris le décès de notre ami Louis POISSON, le 3 novembre, des suites d'une longue maladie. Louis était ingénieur du Bureau d'Etudes, joueur de tennis expérimenté, il s'occupait plus particulièrement du club de tennis JCDecaux. Les obsèques se sont déroulées à Saint-Vaast-la-Hougue.

Bonjour à tous

Pour 2020, nous rêvons de lire vos articles, d'apprécier vos commentaires, de vous retrouver au prochain rassemblement mais avant tout nous vous présentons nos meilleurs vœux!

Nous avons eu le plaisir, en 2019, de

- nous retrouver à Plaisir pour le rassemblement annuel,
- de saluer les gagnants du concours photos
- diffuser une newsletter mensuelle

Que se passera t-il en 2020?

Nous organiserons

- un rassemblement.
- Un concours photo
- Deux excursions

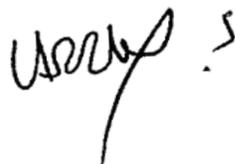
Ce ne sera pas tout car des rédacteurs nous ont promis des articles

Nous comptons sur vous!

L'équipe vous souhaite une bonne lecture.

Toute notre amitié

Sylvain LARRAY



Sommaire:

Page 4 à 5 La nouvelle organisation du groupe

Page 6 Les départs en retraite

Page 7 à 9 Les nominations

Page 10 à 16 Les nouveaux contrats

Page 17 à 40 Les évènements

Page 41 à 44 Les résultats du groupe

Page 45 Le Rempart du patrimoine.

Page 46 & 47 Citations murales

Page 48 & 49 Le Rempart du patrimoine.

Page 50 à 67 Le rassemblement 2019

Page 68 Résultats du sondage

Page 69 & 70 Résultats du Concours photos 2019

Page 71 Adhésion

Histoire

JCDecaux fait évoluer son organisation à la suite de la décision de Jean-Sébastien Decaux de se consacrer aux activités philanthropiques de la famille Decaux

En conséquence, Jean-Sébastien Decaux quittera ses fonctions opérationnelles et le Directoire de JCDecaux SA le 31 décembre 2019. Il continuera, néanmoins, à être engagé auprès de JCDecaux SA, d'une part, en tant qu'actionnaire ainsi qu'au sein de la gouvernance de JCDecaux Holding, d'autre part, en tant que membre du Conseil de Surveillance, sa candidature devant être proposée en vue de l'Assemblée Générale du 14 mai 2020.

Les territoires dont Jean-Sébastien Decaux a la responsabilité seront regroupés au sein de régions élargies qui reporteront à Jean-Charles Decaux :

- L'Europe du Sud (Italie, Espagne et Portugal) s'intègre dans une région placée sous la responsabilité d'Alexandre Roubaud, qui conserve la Direction Générale de l'Amérique Latine et sera désormais basé à Madrid ;
- L'Afrique sera placée sous la responsabilité de Martin Sabbagh, qui conserve la Direction Générale du Moyen-Orient, et demeure basé à Dubaï ;
- La Belgique, le Luxembourg et Israël rejoindront la France pour former une nouvelle région et verront leur Direction Générale assurée par Wim Jansen, actuel Directeur Général de la Belgique et du Luxembourg, basé à Bruxelles. Il agira sous la responsabilité conjointe d'Isabelle Schlumberger, Directeur Général Commerce, Marketing et Développement, et Jean-Michel Geffroy, Directeur Général Territoires et Institutions, basés à Paris.



Histoire



Jean-François Decaux, Président du Directoire et co-Directeur Général de JCDecaux, et Jean-Charles Decaux, co-Directeur Général de JCDecaux, ont déclaré : *« Nous remercions très chaleureusement Jean-Sébastien pour tout ce qu'il a apporté au Groupe depuis 1998 et nous nous félicitons du choix qu'il a fait de se consacrer aux activités philanthropiques de notre famille. Nous partageons avec lui la nécessité de renforcer nos actions dans ce domaine et de bâtir une approche plus ambitieuse et plus généreuse pour mener à bien notre projet commun. Nous assumons ainsi à la fois l'héritage de Jean-Claude Decaux et notre devoir de pérennisation et de transmission de nos valeurs familiales, entrepreneuriales et environnementales à la 3ème génération, à l'heure où l'urgence des défis à relever nécessite une mobilisation large, déterminée et incarnée. Nous sommes sûrs qu'il saura fédérer toutes les énergies positives pour mener à bien cette nouvelle mission, comme il l'a fait, durant 21 années, au sein de JCDecaux SA. Nous souhaitons pleine réussite aux dirigeants expérimentés qui, grâce à leur parfaite connaissance du Groupe, vont pouvoir déployer leurs compétences sur de nouvelles géographies élargies à partir du 1er janvier. »*

Jean-Sébastien Decaux, Directeur Général Europe du Sud, Belgique, Luxembourg, Afrique, Israël et membre du Directoire de JCDecaux a déclaré : *« Je suis heureux de pouvoir me consacrer au développement de ce projet familial qui se veut ambitieux, solidaire et responsable face aux défis de notre époque. Notre famille, exigeante et engagée, va donc pleinement s'investir dans un champ que j'ai pour mission d'affiner, en mettant à contribution ses compétences et ses ressources, mais aussi en créant des passerelles avec JCDecaux SA afin de décupler l'impact social que nous génèrerons.*

A toutes les équipes que j'ai eu le plaisir de diriger, je souhaite de continuer à s'épanouir et à donner le meilleur d'elles-mêmes à l'entreprise, et à celles qui reprennent ma zone, de connaître autant de satisfactions que moi.

Je resterai, bien entendu, totalement concerné par la destinée de JCDecaux SA. »

Nouveaux Retraités 2018/2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Nous souhaitons à tous une bonne retraite !



Cette fois ci, ils sont 23
Durée d'activité
moyenne:
61ans et demi
Le plus jeune est de
novembre 59

JACQUES	LHULLIER	31770 COLOMIERS	28/06/19
PHILIPPE	CATANIA	54990 XEUILLEY	31/08/19
JOSE	ALMEIDA	78910 ORVILLIERS	30/09/19
JOELLE	MICHOT	78450 VILLEPREUX	30/06/19
BRIGITTE	WERNETTE CALAS	54180 HOUEMONT	30/06/19
CHRISTINE	BOURG	78340 LES CLAYES SOUS BOIS	30/06/19
JEAN MARC	QUEVA	13580 LA FARE LES OLIVIERS	30/11/19
FRANCOISE	PIERRARD	78190 TRAPPES	30/06/19
JEAN PAUL	BOBONY	91130 RIS ORANGIS	30/06/19
DANIELLE	NOGUES	78410 AUBERGENVILLE	31/05/19
DOMINIQUE	DAMAMME	78410 AUBERGENVILLE	30/11/19
CHRISTIAN	BAROIN	78400 CHATOU	31/08/19
MARC	DANLOUX	78120 RAMBOUILLET	31/05/19
DOMINIQUE	MALBRANQUE	51150 ATHIS	31/05/19
SYLVIE	RIBERA	06270 VILLENEUVE LOUBET	30/06/19
JEAN FRANCCARLOT		86190 VILLIERS	31/05/19
JEAN MARIE	BONNET	90000 BELFORT	30/11/19
BRIGITTE	GARCIA	01160 DRUILLAT	30/06/19
ANDRANIK	BARONIAN	13310 ST MARTIN DE CRAU	31/10/19
ALAIN	DUBRAY	49490 AUVERSE	30/11/19
PASCALE	MORERA	44340 BOUGUENAI	30/06/19
CAROLE	BELL	78380 BOUGIVAL	31/07/19
NADINE	DE LUCA	33540 SAUVETERRE DE GUYENNE	30/11/19



Julie Bournisien est promue Directrice Fiscale du Groupe à compter du 21 octobre 2019 et succédera à Gauthier Halba qui a choisi de saisir une nouvelle opportunité professionnelle. Julie a rejoint JCDecaux en 2014 en tant que Fiscaliste senior au sein de la Direction Fiscale Groupe avant de devenir, en janvier 2018, Directrice Fiscale Europe de l'Est et Centrale, Afrique et Amérique du Nord.



Pascal Chopin est nommé Senior Manager. Il a rejoint JCDecaux en 1990 en tant que Directeur Régional (DR) de la région Auvergne-Limousin avant d'être nommé, en 2002, DR de la région Auvergne-Limousin et Centre, puis DR de la région Rhône-Alpes en 2006. En qualité de Senior Manager, Pascal aura la responsabilité de transmettre en interne sa riche expérience acquise auprès des collectivités et des missions élargies au sein de la DGTI. Basé à Saint-Priest, il prendra ses fonctions à compter du 1^{er} avril 2020.



Laurent Vaudoyer est nommé DR de la région Rhône-Alpes, en remplacement de Pascal Chopin. Il a rejoint JCDecaux en 1999 en tant que rédacteur coordinateur à la direction Relations Villes, avant d'être nommé, en 2001, juriste au sein de la même direction. En 2006, il devient DR de la région Centre-Auvergne. Laurent Vaudoyer est titulaire d'un DESS de Juriste d'entreprises publiques - Droit de l'économie mixte à Paris I-Sorbonne et d'un DESS d'Administration et Gestion Publique à Paris II-Assas. Basé à Saint-Priest, il prendra ses fonctions le 1^{er} janvier 2020.



Antoine Guitton est nommé DR de la région Centre-Auvergne, en remplacement de Laurent Vaudoyer. Il a rejoint JCDecaux en 2014 en tant que juriste droit public, fonction qu'il a exercée au sein de la Direction Générale Territoires et Institutions puis, à partir de 2015, de la Direction des Affaires Publiques et Appels d'Offres. En 2018, il est nommé chef de projet marketing au sein de la Direction Générale Territoires et Institutions. Antoine Guitton est titulaire d'un Master Droit des collectivités territoriales et politiques publiques, obtenu à l'université de Cergy-Pontoise. Basé à Tours, il prendra ses fonctions le 1^{er} octobre 2019 et succédera à Laurent Vaudoyer.

Nominations 2019



Nicolas de Tapol est nommé Directeur Général de JCDecaux Amérique du Sud. Après la création d'un Hub en Amérique Centrale, JCDecaux Amérique Latine poursuit sa stratégie de structuration avec la création d'un Hub en Amérique du Sud qui prendra en charge depuis Santiago de Chili les filiales et projets du Chili, du Pérou et de l'Uruguay. Nicolas a intégré JCDecaux en 2007 en tant que stagiaire au Marketing de JCDecaux Airport France. Arrivé au Moyen-Orient en 2008 il a lancé le département du Marketing Régional.



Antoine Haguenier est nommé Directeur Finance et Comptabilité de JCDecaux Mexique à partir du 6 janvier 2020
Antoine a rejoint JCDecaux en 2011 en tant que Responsable Fusions Acquisitions. Il a débuté sa carrière en 2005 chez Deloitte au sein du département Transaction Services et a quitté le cabinet au grade de Manager. Antoine, 39 ans, français, est titulaire d'un Master en Finance d'Audencia Nantes, d'un DESS Finance d'Entreprise et Ingénierie financière de l'Université Paris-Dauphine ainsi que d'un Diplôme d'Expertise Comptable. Basé à Mexico, il sera rattaché à Jesus Herrera, CFO de JCDecaux Mexique



Wissam Zaatar est nommé Managing Director pour Abou Dabi et le Bahreïn. Wissam a rejoint JCDecaux en 2008, pour prendre en charge le Business Development au Moyen-Orient. En 2012, il est nommé Directeur Régional Marketing du Moyen-Orient. Depuis 2017, il accompagne également le développement des activités commerciales du Bahreïn. Il succède à Aurélie Sibille, qui devient Directrice de projets pour JCDecaux South America. Âgé de 46 ans, Wissam est titulaire d'un MBA d'HEC Montréal et d'un bachelor en Génie informatique de Polytechnique Montréal. Wissam est rattaché à Martin Sabbagh, CEO Middle East and Africa.

Nominations 2019



Nominations 2019

Jean-Philippe Sibers est nommé **Directeur des Etudes Groupe**. Il a rejoint JCDecaux le 1^{er} avril 2019 en tant que Directeur des Etudes Groupe afin de succéder à Emmanuel Zeferino dont le départ en retraite est prévu au printemps 2020. Jean-Philippe Sibers a suivi une formation terrain et se familiarise avec l'ensemble des spécificités des activités de JCDecaux. Il a débuté le 1^{er} septembre une période de recouvrement avec Emmanuel Zeferino. Il prendra pleinement ses fonctions de Directeur des Etudes à compter du 1^{er} décembre. Alors qu'Emmanuel Zeferino assurera les soutiens et missions nécessaires aux Etudes. Ingénieur, Jean-Philippe Sibers a commencé sa carrière en 2000 dans le cadre d'une création d'entreprise, nommée DiBcom, suite à la vente de l'entreprise, il rejoint Bull en 2010 jusqu'à fin 2016 où Jean-Philippe est nommé Directeur R&D, pour le groupe Atos. Âgé de 43 ans, Jean-Philippe est diplômé de l'Ecole Polytechnique de Palaiseau et de l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications de Paris (ENST). Basé à Plaisir

Claire Pastor est nommée **Responsable de la Cellule Appels d'Offres et Etudes Economiques**

Claire a débuté sa carrière chez JCDecaux en 2007 comme Contrôleur de Gestion d'abord pour le Patrimoine au sein de la Direction Générale Territoires et Institutions, puis, en 2009 à la Direction Achats Supply Chain Production.

En 2012, Claire devient Business Analyst à la cellule Appels d'Offres, avant d'être nommée, en 2013, Responsable du Contrôle de Gestion pour MédiaKiosk.

Depuis mai 2019, Claire occupe la fonction de Responsable Administratif et Financier pour la Direction Générale Territoires et Institutions, la Direction Finance France et la Directions des Ressources Humaines. Agée de 36 ans, Claire Pastor est diplômée d'une Maîtrise des Sciences de Gestion de l'Université Paris Dauphine et d'un Master Contrôle Comptabilité Audit de l'Université Paris X Nanterre.

Basée à Neuilly, Claire prendra ses fonctions le 6 janvier 2020 en remplacement d'Antoine Haguenier, nommé Directeur Finance et Comptabilité de JCDecaux Mexique.

Nouveaux Contrats 2019

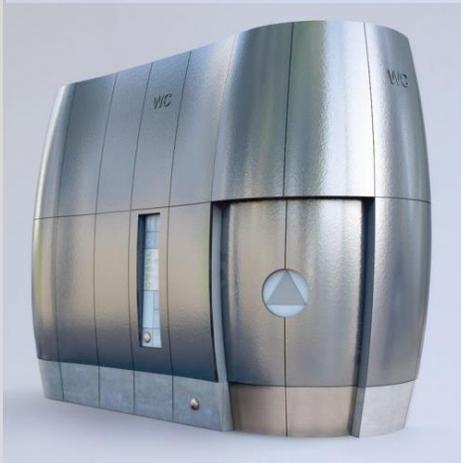
Posted on 1 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux remporte le contrat emblématique de mobilier urbain de San Francisco.

L'attribution de ce contrat de 20 ans, à la suite d'un appel d'offres, a été votée à l'unanimité par le Board of Supervisors de San Francisco avant sa signature par le Maire.

Le contrat porte sur la gestion d'un programme qui comprend notamment la conception, l'installation et la maintenance quotidienne de 114 colonnes à trois faces, deux publicitaires et une dédiée aux informations municipales et de service public, ainsi que de 25 sanitaires publics à entretien automatique et accès universel.

Le design de SMITHGROUP a été choisi à l'issue d'un concours de design innovant auquel ont participé 12 architectes et designers industriels basés à San Francisco. L'esthétique contemporaine des colonnes et des sanitaires, à la fois arrondie et épurée, sera sculpturale.



70 de ces nouvelles colonnes disposeront d'écrans digitaux, dont 20 seront dotées d'un espace multi-services dédié aux micro-entreprises et proposeront des systèmes d'orientation et des services de proximité, et 15 seront équipées d'écrans digitaux tactiles et interactifs consacrés à l'information municipale et civique.

Fort du lancement réussi des petites antennes (small cells) 4G sur les colonnes actuelles, le contrat inclut les droits d'intégration de petites antennes 5G/4G dont les revenus seront partagés entre la ville de San Francisco et JCDecaux.

11 des 25 nouveaux sanitaires publics automatiques dernier cri seront gérés par les participants du programme communautaire d'une entreprise sociale. Avec 14 millions d'entrées enregistrées depuis la mise en place du programme en 1996 (850 000 au cours des 12 derniers mois), les sanitaires publics automatiques de San Francisco sont les plus utilisés au monde.

Nouveaux Contrats 2019

Posted on 1 juin 2019 by 60Eplus

MCDecaux remporte le contrat exclusif du mobilier urbain publicitaire digital de Nagoya (Japon) pour 20 ans

à la suite d'un appel d'offres public, un contrat pour devenir l'opérateur exclusif du mobilier urbain pour l'information (MUPI) publicitaire digitale du centre-ville de Nagoya (quatrième plus grande ville du Japon après Tokyo, Yokohama et Osaka, avec 2,3 millions d'habitants).

Dans le cadre de ce contrat de 20 ans, MCDecaux assurera la conception, l'installation, l'entretien et la maintenance d'un minimum de 150 MUPI au cœur de Nagoya et aura la gestion publicitaire exclusive d'une face par MUPI, qu'elle soit fixe, déroulante ou digitale 85''

Destinés à renforcer l'attractivité culturelle et touristique de la ville de Nagoya, ils offriront de nombreux services innovants : plans et informations touristiques, Wi-Fi gratuit, écrans tactiles digitaux multi-services (informations touristiques, calculs d'itinéraires, etc.), chargeurs USB, noms de rue, EMA (Emergency Message Alert) en cas d'urgence (tsunamis, tremblements de terre, etc.).

Après la Coupe du Monde de Rugby le Japon s'apprête à accueillir de grands évènements internationaux tels les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2020 et l'Exposition Universelle en 2025. Dans ce contexte, les MUPI contribueront à l'émergence de villes toujours plus ouvertes, accessibles et intelligentes. Ce nouveau contrat permettra à MCDecaux de déployer un réseau publicitaire digital premium de dispositifs 85'' (ou similaire) à Nagoya, d'améliorer la densité et la force de son actuel réseau publicitaire d'abribus B-Stop® (qui s'étend encore sur au moins 15 ans) et de consolider davantage sa présence exclusive sur le domaine public. Après avoir récemment remporté les contrats de MUPI et introduit la publicité digitale 85'' à Yokohama et Kawasaki, MCDecaux continue de renforcer sa position de numéro un du mobilier urbain publicitaire au Japon, 3ème marché publicitaire au monde, offrant ainsi une présence sans équivalent et désormais digitale aux annonceurs, avec plus de 8 000 faces publicitaires 2m² déployées dans 41 villes, dont les 20 plus grandes du pays, ainsi que dans 150 centres commerciaux et 2 aéroports.

Nouveaux Contrats 2019

Posted on 1 juin 2019 by 60Etplus

JCDecaux poursuit la digitalisation des vitrines des Monoprix avec 150 nouveaux écrans dans les grandes métropoles françaises.

Enseigne phare de la distribution de proximité en France, Monoprix a choisi, en 2018, JCDecaux pour déployer 100 premières vitrines digitales Monoprix et monop' à Paris et en Ile-de-France. Ce sont désormais plus de 110 villes qui bénéficient de cette offre digitale inédite avec 150 vitrines supplémentaires en France, soit un total de 250.

Ce nouveau déploiement s'inscrit dans la continuité d'un partenariat entre deux entreprises qui partagent des raisons d'être communes au cœur de la ville : proximité, services et innovation, au bénéfice de la qualité de vie.

En 2018, JCDecaux a installé ses premiers écrans digitaux dans des points de vente Monoprix et monop' à Paris et en Ile-de-France. Idéalement implantés sur le parcours des urbains, ils touchent plus de 800 000 clients par jour et comptabilisent en moyenne près de 3 millions de passages en caisse chaque semaine. Moins d'un an plus tard, ce sont 250 écrans qui sont déployés dans plus de 110 villes, dont les grandes métropoles françaises telles que Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nice, Montpellier, Nantes ou Bordeaux. D'un format de 85" ultra HD, ces écrans visibles depuis la rue et au plus près de l'entrée principale des magasins s'intègrent parfaitement dans la vitrine, grâce à leur haute qualité d'image et de conception.



Nouveaux Contrats 2019

Posted on 1 juin 2019 by 60Eplus

Dans le cadre de ce partenariat étendu, Monoprix partage ses données transactionnelles en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), ce qui permet à JCDecaux de concevoir des campagnes optimisées par un data-planning unique dans l'univers du DOOH en France. La construction de ces campagnes s'appuie sur la suite technologique JCDecaux SmartBRICS et Smart CONTENT avec un potentiel créatif illimité pour des campagnes contextualisées et personnalisées, dont 40% sont dédiées à la communication de Monoprix et 60% à d'autres annonceurs. Ce dispositif est apprécié, non seulement des annonceurs, pour sa qualité et sa capacité à diffuser le bon message, au bon moment auprès de la bonne audience, mais aussi du public pour sa modernité, sa dimension informative et créative. Les marques peuvent ainsi développer leur image et leur notoriété grâce à une communication digitale qualitative et contextualisée, au plus près de l'acte d'achat. Les vitrines Monoprix et monop' sont également l'occasion d'innover pour renforcer l'interactivité avec les clients et passants et créer des moments ludiques et de partage. La diffusion de la première campagne interactive et sociale pour le lancement de la nouvelle collection « capsule » de l'enseigne en avril dernier, a, par exemple, permis de renforcer l'expérience client dès la rue en faisant apparaître un visuel petit à petit sur les écrans en fonction du nombre de tweets postés avec le hashtag dédié à l'opération #JoueACaseCase.



Monoprix opère environ 800 magasins, compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2017, 5 milliards d'euros d'activités.



Nouveaux Contrats 2019

Posted on 1 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux remporte le contrat de 15 ans de mobilier urbain publicitaire de 6 villes du Grand Paris Seine Ouest.

Ce contrat de 15 ans, qui prendra effet le 1er janvier 2020, s'inscrit dans le cadre de la réglementation locale de la publicité adoptée par l'intercommunalité (RLPI) au cours du 1er trimestre 2019. Il porte sur le design, l'installation, l'entretien, l'exploitation et la maintenance d'une offre complète de plus de 950 mobiliers urbains serviciels (abribus, sanitaires, mobiliers urbains d'information et d'affichage libre, journaux électroniques d'informations, colonnes d'affichage culturel, mâts porte-affiches, horloges ...) et de 19 mobiliers urbains digitaux, le tout représentant près de 1000 faces publicitaires. Les 6 collectivités du Grand Paris Seine Ouest concernées par cet appel d'offres sont **Chaville, Issy-les-Moulineaux, Marnes-la-Coquette, Meudon, Vanves et Ville d'Avray**.

Avec ce contrat, JCDecaux fait son retour dans la ville de Vanves et renouvelle son offre dans les 5 autres villes. Les villes d'Issy-les-Moulineaux, Chaville et Vanves bénéficieront de mobiliers urbains digitaux de dernière génération, offrant une visibilité optimale tant à l'information municipale qu'aux campagnes publicitaires, grâce à leurs écrans LCD 86 pouces full HD. Positionnés à des emplacements stratégiques, ils permettront une communication en temps réel, contextualisée et géolocalisée avec des contenus dynamiques permettant une créativité sans limite, pour le plus grand bénéfice de la ville, des marques, des citoyens et des touristes.

L'ouest parisien devient ainsi le territoire le plus digital de France.

Attaché aux communes franciliennes et au bien-être de leurs habitants, JCDecaux a développé des mobiliers à haut niveau de service, qui rendent la ville plus accueillante, confortable et accessible, en harmonie avec l'environnement urbain. Des ports USB sont ainsi proposés sur les abribus, dont certains seront également équipés de panneaux photovoltaïques.

Avec des designs signés Sir Norman Foster, Philip Cox, Ora-ïto, Martin Szekely ou JCDecaux selon les équipements, ces mobiliers sobres, élégants et personnalisés aux couleurs de chaque ville, s'intégreront harmonieusement au paysage urbain.

Nouveaux Contrats 2019

Posted on 1 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux renouvelle et étend son contrat d'abris-voyeurs d'Aix-en-Provence pour 15 ans.

à la suite d'un appel d'offres, le contrat des abris-voyeurs du réseau de bus (renouvellement) et de la toute nouvelle ligne de Bus à Haut Niveau de Service (gain) de la ville d'Aix-en-Provence.

Ce contrat de 15 ans, conclu avec la Métropole Aix-Marseille-Provence, porte sur la mise à disposition, l'entretien, la maintenance et l'exploitation publicitaire de 226 abris-voyeurs (dont 48 digitaux) du réseau Aix-en-Bus et 64 abris-voyeurs (dont 13 digitaux) de L'Aixpress, le nouveau Bus à Haut Niveau de Service (BHNS) aixois mis en service le 2 septembre dernier, pour un total de 596 faces publicitaires. Des ports USB équiperont par ailleurs les nouveaux abris-voyeurs du BHNS ainsi que les stations les plus fréquentées du réseau Aix-en-Bus.

Bénéficiant de lignes épurées et contemporaines, les mobiliers du réseau Aix-en-Bus et de L'Aixpress, dessinés respectivement par le Studio Design JCDecaux et le designer de renom Patrick Jouin, s'intégreront parfaitement dans le paysage urbain historique d'Aix-en-Provence.





Nouveaux Contrats 2019

Posted on 1 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux remporte le contrat publicitaire du réseau de transports en commun de la métropole de Lille dans le cadre d'un groupement momentané d'entreprises constitué avec Metrobus

Le contrat publicitaire du réseau de transports en commun de la métropole de Lille (90 communes regroupant environ 1,2 million d'habitants). Effectif à compter du 1er avril 2020, ce contrat de 5 ans a été conclu avec Transpole, filiale de Keolis (l'un des leaders mondiaux de la mobilité partagée), en application d'une concession de service public passée par la Métropole Européenne de Lille (MEL) avec Transpole. Dans le cadre de ce contrat, JCDecaux, gèrera l'entretien, la maintenance et l'exploitation publicitaire des espaces relevant de la voie publique : plus de 1 000 abris voyageurs (961 abribus et 55 abris de tramway), actuellement en place et qui deviendront propriété de la MEL à l'échéance du contrat en cours. 80 seront équipés d'écrans numériques LCD 85". Au total, ce contrat représente 2 225 faces publicitaires.

Particulièrement dynamique, la Direction Régionale Nord-Pas-de-Calais de JCDecaux, forte de ses 71 collaborateurs, est partenaire de 51 collectivités et a gagné récemment les contrats de Douai, Calais, Arras, Valenciennes, Lens, Syndicat Mixte des Transports Artois-Gohelle, Agglomération du Boulonnais, Hénin-Beaumont, Le Touquet, Berck-sur-Mer, ainsi que les villes Tourcoing, Croix, Marcq-en-Barœul et La Madeleine sur la Métropole Lilloise.

Jean-Charles Decaux, a déclaré : « *Nous sommes très fiers d'avoir remporté le contrat de gestion des espaces publicitaires du réseau de transports de la métropole de Lille, qui marque notre retour au cœur de la quatrième plus grande métropole française. En choisissant de faire confiance au Groupement momentané d'entreprises constitué entre Metrobus et JCDecaux, Transpole conforte JCDecaux dans sa stratégie en matière d'innovation, notamment digitale ainsi que notre engagement en matière de développement durable. Ce nouveau contrat vient renforcer notre implantation dans la région Hauts-de-France et le maillage du réseau national de JCDecaux, pour le plus grand bénéfice des villes, des citoyens, des annonceurs et de leurs marques. »*

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Des Vélo'v de première génération remis en circulation pour faire face à une vague de vandalisme sans précédent

Depuis plusieurs semaines, Vélo'v fait l'objet d'actes de vandalisme d'une ampleur jamais atteinte et les équipes de JCDecaux sont pleinement mobilisées pour récupérer et réparer les vélos volés ou inutilisables dans les meilleurs délais. JCDecaux, en accord avec la Métropole de Lyon, a décidé de déployer progressivement à partir du 24 juin 1 000 Vélo'v de la précédente génération, afin de permettre aux Grand Lyonnais et aux visiteurs de profiter pleinement du service Vélo'v à l'approche de l'été.

Le service Vélo'v est confronté depuis plusieurs semaines à une vague de vandalisme d'une violence sans précédent avec 1 200 vélos à réparer sur un parc de 4 000 cycles. Depuis le lancement de Vélo'v en 2005, une telle situation n'a jamais été observée. Dans ce contexte, la Métropole de Lyon s'est pleinement engagée aux côtés de JCDecaux, pour mettre fin à cette situation préjudiciable, non seulement pour les équipes de JCDecaux, les collectivités, mais aussi et surtout les utilisateurs. Les services de police municipale des villes de Lyon et Villeurbanne se mobilisent pour une surveillance accrue de certaines stations particulièrement exposées à ces actes, qui constituent des délits passibles du code pénal. La Métropole de Lyon et les équipes de JCDecaux remercient les utilisateurs pour leurs messages de soutien et de sympathie, et pour leur compréhension et patience dans la mise en œuvre des actions pour rétablir le niveau de service attendu.

De leur côté, les équipes de JCDecaux ont été renforcées pour assurer la récupération et la remise en état des Vélo'v, avec la mobilisation exceptionnelle d'une vingtaine de mécaniciens supplémentaires. Les usagers sont invités, via l'application Toodego, à signaler tout Vélo'v manifestement abandonné et vandalisé, afin que JCDecaux le récupère au plus vite pour le réparer et le remettre en circulation.

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 86Etpus



Outre les dépôts de plainte systématiques, des mesures d'urgence ont été prises pour enrayer ces actes inacceptables : la fermeture ponctuelle des stations les plus vandalisées, qui seront rouvertes dès que le phénomène sera maîtrisé ; les béquilles des Vélo'v, souvent utilisées pour le décrochage sauvage des vélos, ont été temporairement retirées ; la flotte a déjà été partiellement complétée par l'approvisionnement en anticipation de Vélo'v neufs.

Alors que le service Vélo'v est plébiscité par les Grands Lyonnais et les visiteurs (plus de 77 500 abonnés annuels en avril 2019, niveau le plus haut atteint depuis le lancement du service en 2005 ; chaque vélo est utilisé 6 à 10 fois par jour et un record en 2018 avec 8,5 millions de locations), ceux-ci se voient pénalisés par ces incivilités, qui réduisent drastiquement le nombre de vélos disponibles. **La satisfaction des utilisateurs et la continuité de ce service public étant la priorité absolue de la Métropole de Lyon et de JCDecaux**, une mesure exceptionnelle a été prise afin de revenir à un nombre suffisant de vélos en circulation. Dès le 24 juin, 1 000 Vélo'v de la précédente génération, utilisés jusqu'en juillet 2018, seront progressivement réintroduits le temps de remettre en circulation l'ensemble des Vélo'v. Grâce à la qualité de ses solutions et selon les principes de l'économie circulaire, JCDecaux prévoit systématiquement de donner une 2ème vie à ses équipements, ce qui permet, dans cette situation exceptionnelle, de remettre rapidement des vélos en circulation. Ces Vélo'v sont bien entendu compatibles avec les nouvelles bornes et la nouvelle application Vélo'v. Il sera donc toujours possible de libérer son vélo avec l'application Vélo'v Officiel, depuis son smartphone

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux promeut la mobilité douce en déployant de nouveaux véhicules électriques pour la régulation de ses vélos en libre-service.

Une première en France

Renouvelés l'an dernier, Vélo'v à Lyon et bicloo à Nantes présentent des innovations majeures et ont été pensés pour faciliter davantage la mobilité active et limiter les émissions de CO2, conformément aux engagements de la Métropole de Lyon et de Nantes Métropole. Dans le cadre de cette démarche de mobilité douce et en cohérence avec son objectif de réduction de ses consommations énergétiques et de limitation de ses émissions de CO2, JCDecaux a décidé d'introduire des véhicules électriques « zéro émission » dans sa flotte de véhicules de régulation. **C'est la première fois que sont utilisés en France des véhicules légers à motorisation électrique pour tracter une remorque.**

Ces nouveaux véhicules sont non seulement « zéro émission » et silencieux, mais aussi plus ergonomiques. JCDecaux, avec son partenaire Durisotti (spécialiste de la conversion de véhicules utilitaires en véhicules de transport de marchandises ou de personnes) et un ergonome, a repensé le design et l'aménagement des véhicules et des remorques pour répondre aux besoins spécifiques de ses collaborateurs de terrain, qui réalisent jusqu'à 24 arrêts par jour. Ces nouveaux véhicules permettent de transporter jusqu'à 19 vélos, tout en réduisant la pénibilité grâce à une remorque plus basse qui facilite le chargement et déchargement.

Un déploiement pilote à Nantes et Lyon

A Nantes, où 5 véhicules électriques ont été déployés, **100% des véhicules de régulation ont une empreinte carbone neutre.** A Lyon, 5 des 7 véhicules de régulation sont désormais électriques. Ces véhicules électriques viennent compléter la flotte déjà utilisée par JCDecaux pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre dans le cadre de l'exploitation des services bicloo et Vélo'v : des véhicules de lavage à motorisation électrique, des vélos à assistance électrique avec remorque pour la maintenance des équipements sur le terrain (4 à Nantes et 16 à Lyon) et la bicloo mobile, véhicule événementiel fonctionnant au gaz naturel (GNV).

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus



Un engagement du Groupe pour limiter les émissions de CO2

Cette initiative s'inscrit dans l'objectif de JCDecaux de réduire les consommations de carburant aux 100 km de 20% d'ici 2020, et plus largement de diminuer ses consommations énergétiques ainsi que ses émissions de CO2. A titre d'exemple, 24 véhicules électriques ont été déployés à Paris dès 2010 pour l'entretien des 400 sanitaires automatiques de la capitale, cette transition ayant été rendue possible par la conception même des sanitaires, qui sont raccordés au réseau d'eau pour leur nettoyage automatique et équipés d'un récupérateur d'eau de pluie pour leur entretien. De plus, depuis 2003, tous les nouveaux collaborateurs de JCDecaux équipés d'un véhicule d'entreprise sont formés à l'éco-conduite afin de diminuer leur consommation de carburant, tout en réduisant les accidents de la route.

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

Cyclocity obtient le renouvellement de sa certification NF Service « Relation Client »

Cette certification, attribuée pour la première fois en juillet 2014 à la direction de la relation client Cyclocity concerne l'ensemble des canaux de contacts et la gestion des abonnés de nos 12 services VLS en France. Ce renouvellement fait suite à un audit réalisé par AFNOR (organisme certificateur accrédité, indépendant et impartial) au mois d'avril 2019.

Les principaux engagements et services certifiés :

- La disponibilité et l'accessibilité des points de contacts
- Le respect des délais annoncés
- La capacité à apporter des réponses pertinentes et accessibles
- L'accompagnement des clients
- L'information et la protection des clients
- La prise en compte de la satisfaction et de la perception client
- Le traitement des réclamations des clients

Révisée en 2018, la certification NF Service « Relation Client » s'appuie sur les normes internationales ISO 18295-1 & 2. Véritable guide de bonnes pratiques, elle prend en compte les nouvelles attentes du client pour garantir une relation multicanale de qualité.

Cyclocity fait partie des premières entreprises à être certifiée sur cette nouvelle norme NF.

Thomas Valeau, directeur de la relation client de Cyclocity, a déclaré : « *Nous sommes d'autant plus fiers de cette reconnaissance que l'année 2018 a été marquée par un contexte particulier : des volumes d'appels importants avec les succès du nouveau VLS de Lyon et Nantes, le lancement de nouveaux services (stationnements vélos et VLD) et enfin un changement d'organisation majeur avec l'externalisation partielle de notre activité auprès d'EODOM depuis la suppression du centre de contacts parisien et la perte du marché Vélib'.*

Je remercie chaleureusement les équipes du CRC qui ont démontré une fois encore à travers cette certification leur professionnalisme et leur engagement pour offrir aux utilisateurs des vélos en libre-service une expérience unique, mémorable et sans rupture.

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 86Eplus

Rappel sur la Direction de la relation client de Cyclocity

La Direction de la relation client de Cyclocity a vu le jour en 2005 avec le lancement de Vélo'v, le premier système de VLS en France inauguré à Lyon. Depuis cette date, JCDecaux n'a cessé d'améliorer en permanence la maîtrise de ce métier nouveau, notamment par le biais du recrutement, de la formation et des systèmes d'information.

Ouverte 7 jours sur 7, la Direction de la relation client traite chaque année plus de 250 000 interactions téléphoniques, mails, et réseaux sociaux. Le niveau de satisfaction des clients s'élève à plus de 83 % (enquêtes mensuelles réalisées auprès des clients) et plus de 90 % des appels sont traités avec un temps d'attente inférieur à 15 secondes en moyenne.

Bicloo enregistre des résultats record dans la métropole de Nantes, un an après son lancement

En 2018, JCDecaux a déployé dans la nuit du 21 au 22 août, 1 230 vélos biclooPlus et mis en place dès septembre l'ensemble de l'offre bicloo à Nantes. Unique en France, la solution bicloo est une offre de services globale comprenant biclooPlus (vélos en libre-service), monbicloo (vélos en location moyenne ou longue durée, y compris des vélos à assistance électrique), biclooPark (stationnement vélos), ainsi que la maison bicloo et la bicloo mobile permettant de répondre à l'ensemble des besoins des utilisateurs.



EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Un an plus tard, JCDecaux enregistre des performances exceptionnelles pour biclooPlus avec 20 924 abonnés, soit +69% à date par rapport à 2018 et une hausse significative du nombre de locations avec 951 826 locations cumulées depuis janvier 2019 (+ 26% par rapport à 2018). 67% des locations ont été effectuées par l'application mobile "bicloo officiel". Pour assurer la régulation du parc, JCDecaux s'est doté de véhicules électriques « zéro émission » et de véhicules légers à motorisation électrique capables de tracter une remorque, ce qui est une première en France. 100% de la flotte a ainsi une empreinte carbone neutre sur le territoire de la métropole nantaise.

Les Nantais peuvent également bénéficier de l'offre monbicloo pour des locations en moyenne ou longue durée (1 mois à 1 an). Cette gamme complète propose le vélo classique, le cargo pour transporter enfants ou colis, le vélo équilibre adapté aux personnes à mobilité réduite (en version mécanique et électrique) et le vélo pliant. 1 850 vélos sont disponibles dont 79% à assistance électrique.

Au 1er octobre 2019, 1 458 abonnements valides ont été enregistrés, dont 93% de locations annuelles, et 87% pour des vélos à assistance électrique. De plus, depuis un an, JCDecaux favorise les déplacements à vélo et simplifie la vie des cyclistes en proposant dans les 24 communes de Nantes Métropole 2 685 places de stationnement, 1 344 places dans des parkings sécurisés sur l'espace public et 1 341 dans des parkings souterrains.

Enfin, pour accompagner les citoyens et les informer sur l'ensemble des services proposés autour de l'offre bicloo, JCDecaux a créé la maison bicloo au Carré Feydeau qui a accueilli plus de 7255 visiteurs depuis son ouverture en septembre 2018. La bicloo mobile, quant à elle, a parcouru 3 770 km et assuré plus de 190 animations pour tisser des liens de proximité avec l'ensemble des habitants du territoire.

Le panel de l'offre bicloo, déployée à l'échelle de Nantes Métropole, vise à encourager les déplacements à vélo et l'intermodalité, et à accroître la part du vélo dans les déplacements des habitants de la Métropole. Ces derniers pourront découvrir ou redécouvrir cette offre complète, simple d'utilisation, accessible et regroupée autour d'un seul opérateur, JCDecaux, samedi 19 octobre de 11h à 18h au

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux

bicloo Plus
Nantes Métropole

20 924 abonnés
+69% par rapport à 2018

Merci



Jean-Charles Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Nous sommes très heureux de la réussite de bicloo et du succès de tous les services innovants de notre offre nantaise dont l'étendue est sans équivalent. Avec des systèmes de mobilité douce évolutifs, pensés pour répondre efficacement aux attentes des utilisateurs, JCDecaux facilite l'usage du vélo en ville en offrant une véritable valeur ajoutée servicielle. Un an après son lancement, le bilan extrêmement positif du service bicloo vient confirmer le savoir-faire de JCDecaux en matière de mobilité et consolider notre position de pionnier des mobilités douces tant en France que dans le monde.* »

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

Retrouvez les gagnants régionaux du concours photo de JCDecaux « La ville devant nous ».

Du 13 mars au 24 avril 2019, JCDecaux invitait tous les amoureux de la ville, photographes professionnels ou amateurs passionnés, à participer au concours « La ville devant nous ». Malgré un dispositif de participation exigeant (chaque photographie, géolocalisée, devait être accompagnée d'un récit), la thématique a su inspirer nombre de photographes : avec plus de 3 000 photos, le concours organisé par Wipplay a remporté un très grand succès!

Dans chaque région française où JCDecaux opère, 14 lauréats ont été sélectionnés. Chaque gagnant sera exposé cet été sur 25 abribus ou MUPI du réseau JCDecaux dans la région de sa participation. Via ce concours, JCDecaux a voulu mettre sur le devant de la scène les citoyens et leur permettre d'exprimer leur vision toujours très personnelle de la ville.

Chaque photo a été sélectionnée en mai par les jurys réunis autour des Directeurs régionaux de JCDecaux.

Ils ont apprécié la manière dont les prises de vue lauréates magnifient tant l'humain, placé au cœur de la photo que le paysage urbain.

Retrouvez la photographie de chaque lauréat par région :

Lauréat d'Alsace Franche Comté : Pierodelavega aka Pierre Lavergne

Lauréat d'Aquitaine : Thierry Boitelle

Lauréat de Bretagne Pays de Loire : Véronique Durand Nemo

Lauréat de Centre Auvergne Limousin : Omar Dziri

Lauréat d'Ile-de-France Est : Kyopé

Lauréat d'Ile-de-France Nord : Béatrice Landré

Lauréat d'Ile-de-France Ouest : Patrick Pee

Lauréat de Paris : Eric Chalvet

Lauréat de Lorraine Champagne Ardenne : Stéphane Grasset

Lauréat de Midi-Pyrénées Roussillon : Hélène Ségura

Lauréat du Nord Pas de Calais : Sam Elony

Lauréat de Normandie : AuClairDe aka Céline Millerand

Lauréat de Provence-Alpes-Côte d'Azur : Sylvain Brian

Lauréat de Rhône Alpes : François Charbonnier

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eptus

<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Sur la plage de la commune de Honfleur à Honfleur, Calvados, France pendant 3 à 6 ans, ce qui reste, c'est l'art de la rue. » #HonfleurArt</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Alsace Franche-Comté</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Un retour au petit matin. Les premiers reflets de notre dernière promenade. Un réveil en douceur pour commencer sagement. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Ile-de-France Ouest</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« La Défense, les défilés. Le regard d'un passant à l'arrêt sur une rue multicolore. Une façon de se regarder. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Ile-de-France Nord</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« En venant d'une promenade sous la pluie, le bonheur pour l'éclaircissement que les lumières de la ville offrent tout d'un coup. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Ile-de-France Est</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« La Place Place aux Cordeliers à la Seine et la nouvelle "Place Particulière de Monty Moore". » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Normandie</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Un grand jour pendant lequel la ville est toute belle. Au moment de donner la place à ceux qui ont fait de la ville un lieu vivant. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Midi-Pyrénées Roussillon</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Une promenade pendant toute la durée de la pluie. Un instant, un moment de vie dans un monde où l'art est partout. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Bretagne Pays de la Loire</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>
<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Un instant sur une rue étroite de Bordeaux. Chercher à la fin de la rue. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Aquitaine</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Depuis l'arrêt de Montreuil, tout regard vers la Seine. L'arrêt de la Tamise n'est plus debout, un vagabond contre un lampadaire. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Paris</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Un instant devant le musée d'Art et d'Archéologie de la ville de Clermont-Ferrand. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Centre Auvergne Limousin</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Une scène naturelle d'un instant de la vie. Un instant de la vie d'un instant. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Lorraine Champagne-Ardenne</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Une vue sur la mer depuis le port de la ville. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Un instant de la vie dans la ville. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Rhône-Alpes</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>	<p>JCDecaux</p> <p>La ville devant nous</p> <p>JCDecaux, Wipplay et Les Rencontres de la Photographie d'Arles sont heureux de révéler les nouveaux talents de la photographie.</p> <p>« Un instant de la vie dans la ville. » #Paris19</p> <p>1^{ER} PRIX Régional Nord-Pas-de-Calais</p> <p>ARLES 2019 WIPPLAY</p>

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

JCDecaux, mécène et partenaire de « Mon cartable connecté ».

A l'occasion de la rentrée des classes, JCDecaux annonce soutenir et accompagner le programme de cartable numérique baptisé « Mon cartable connecté ». Cet outil a pour objectif d'améliorer significativement le quotidien des enfants hospitalisés, principalement en oncologie. Les enfants atteints de longues maladies subissent un traumatisme qui a des impacts sur leurs développements psychologique et cognitif. L'hospitalisation les sépare de l'école, de leur classe et de leurs camarades.

Pour assurer leur droit à l'éducation et qu'ils gardent une vie sociale, l'association Le Collectif, fondée en 2005 par Abdel Aïssou, Marc Lavoine et Raymond Domenech, respectivement président et vice-présidents, a créé un cartable numérique contenant tout le matériel nécessaire à l'enfant pour maintenir le dialogue entre sa classe et lui..

Mis à disposition gratuitement, chaque « cartable connecté » est unique et dédié à l'enfant pendant toute la durée de son traitement. Si plusieurs entreprises collaborent à la constitution du matériel inclus dans le « cartable connecté », la valise accueillant ces éléments est développée par la Direction Générale Recherche, Production et Opérations de JCDecaux, en liaison avec le Collectif, qui a mobilisé ses capacités en termes de conception, de design, d'industrialisation, de gestion de projet et de logistique dans le cadre d'un mécénat de compétences. La valise a été conçue spécifiquement pour ce projet, dans un design moderne et qualitatif, aux couleurs attrayantes, assurant une très bonne maniabilité et compacité pour le transport entre les classes, un intérieur robuste pour sécuriser les différents équipements, une ergonomie pensée pour une installation rapide en classe, et une alimentation intégrée garantissant le fonctionnement et la charge permanente des différents équipements dans le respect des normes européennes. L'ensemble du cartable est ensuite vérifié par le Collectif, avant d'être attribué à un enfant

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus



Un cartable est mis à disposition de la classe avec un routeur 4G, un ordinateur, une tablette et deux caméras, l'une fixe pour suivre le cours et l'autre mobile que l'enfant, depuis sa chambre, dirige pour voir ses camarades et intervenir. L'enfant entend le professeur et peut échanger avec lui et les écoliers. L'enseignant a également une tablette qui lui permet d'avoir le retour vidéo de l'enfant hospitalisé et de communiquer directement avec lui. Le cartable de l'enfant hospitalisé contient une tablette et un casque audio. Depuis sa chambre d'hôpital ou de chez lui, s'il est hospitalisé à domicile, il se connecte à sa classe et suit les cours en direct, interagit avec ses camarades et son enseignant et pose des questions. Le dispositif, simple à installer et à utiliser, bénéficie d'une connexion sécurisée.

Cette démarche s'inscrit naturellement dans l'engagement de JCDecaux en matière de responsabilité sociétale, qui vise à améliorer le quotidien des citoyens. Le Groupe a historiquement soutenu de grandes causes, tout particulièrement dans le domaine médical. C'est une nouvelle étape franchie avec son implication dans le « cartable connecté ».

Abdel Aïssou, Président de l'association Le Collectif, a déclaré : « Le partenariat avec JCDecaux s'inscrit dans la volonté du Collectif de s'appuyer sur un leader mondial français. L'apport de JCDecaux a été essentiel tant au plan technologique que du partage des valeurs de solidarité et de refus des discriminations ».

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Jean-Charles Decaux, Codirecteur Général de JCDecaux, a déclaré : « Soucieux de soutenir les enfants subissant des traitements lourds, nous sommes heureux que le « cartable connecté » bénéficie du savoir-faire des équipes Recherche, Production et Opérations de JCDecaux dont je remercie les ingénieurs qui s'impliquent au quotidien dans ce programme. Le Groupe s'est, depuis longtemps, attaché à soutenir des associations œuvrant dans l'écosystème de la santé, notamment en leur offrant des faces gracieuses. Participer à la belle aventure du « cartable connecté » étend notre implication en totale cohérence avec notre politique RSE. Tous les collaborateurs de JCDecaux, engagés chaque jour pour améliorer la qualité de vie en ville, sont fiers de se mobiliser pour cette cause qui nous tient à cœur. »





EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

JCDecaux, la 1ère entreprise de communication extérieure à rejoindre le RE100, réaffirme son engagement en faveur du climat et des énergies renouvelables.

JCDecaux SA annonce avoir rejoint le RE100 – coalition internationale pour les entreprises mobilisées en faveur d’une production d’électricité 100% renouvelable – soulignant ainsi son engagement existant qui vise à couvrir 100% de ses consommations électriques par de l’électricité d’origine renouvelable d’ici 2022. Le Groupe s’est, en effet, lancé depuis 2014 dans une politique ambitieuse d’achat d’électricité d’origine renouvelable, qui lui a permis en 2018 de déjà couvrir 69% de ses consommations électriques versus 37% en 2015.

Dans le cadre de la Climate Week, qui vient de débiter à New York, JCDecaux réaffirme son engagement à lutter contre le réchauffement climatique et devient le premier groupe de communication extérieure à rejoindre le RE100. Cette initiative de l’ONG The Climate Group, en partenariat avec le CDP (organisation à but non lucratif visant à étudier l’impact des principales entreprises mondiales cotées en bourse sur le changement climatique), réunit des entreprises à travers le monde qui se mobilisent en faveur d’une production d’électricité 100% renouvelable. Le RE100 a pour objectif de renforcer la collaboration entre ces entreprises, de favoriser l’échange de bonnes pratiques et de créer une dynamique impulsée par les leaders de leurs secteurs afin d’augmenter substantiellement la demande des entreprises en énergies renouvelables et limiter ainsi les émissions de carbone.

Assurer son développement économique tout en respectant les personnes et l’environnement est historiquement au cœur du modèle de JCDecaux. Le développement durable et l’efficacité énergétique constituent de véritables leviers pour la création et le développement de services innovants, écologiques, esthétiques et hautement fonctionnels. Le Groupe a ainsi été le pionnier du développement du vélo en libre-service, contribuant à modifier en profondeur les transports publics et à faire progresser la mobilité douce dans 57 villes à travers le monde.



EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

Aujourd'hui les mobiliers urbains représentent 80% des consommations énergétiques de JCDecaux. Les mesures d'efficacité énergétique, lors de la conception et de l'utilisation des mobiliers et la neutralisation des émissions constituent donc des enjeux essentiels de la stratégie du Groupe.

JCDecaux s'est engagé dans la réduction de la consommation énergétique de ses mobiliers analogiques en remplaçant les éclairages existants par des éclairages LED et en intégrant des solutions d'éclairage intelligent. Celles-ci agissent sur l'usage de l'éclairage (modulation de l'intensité lumineuse, détecteurs de présence) et améliorent la performance énergétique des mobiliers de plus de 60%.

Quant aux mobiliers digitaux, leur implantation fait l'objet d'une stratégie sélective et premium. Les écrans sont sélectionnés selon des critères stricts de qualité et d'efficacité énergétique, garantissant ainsi une consommation électrique au plus juste des services rendus et des usages attendus. JCDecaux favorise également, pour ses flottes, des véhicules ayant le moins d'impact sur l'environnement et équipe ses agents, dès que cela est possible, de véhicules propres (électriques, GPL, hybrides ...). Depuis plus de 10 ans, JCDecaux propose aussi d'intégrer des panneaux solaires photovoltaïques à ses mobiliers pour développer l'alimentation en énergie renouvelable

Helen Clarkson, Directrice Générale de The Climate Group, a déclaré : « Nous sommes heureux d'accueillir JCDecaux au sein du RE100 à l'occasion de la Climate Week à New York, moment et lieu adéquats pour montrer les actions concrètes en matière de changement climatique. JCDecaux a déjà beaucoup progressé pour atteindre son objectif ambitieux visant à couvrir 100% de ses consommations électriques par de l'électricité d'origine renouvelable d'ici 2022. Les messages de JCDecaux touchent quotidiennement plus de 800 millions de personnes dans le monde, audience probablement sans équivalent à ce jour. »

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Jean-François Decaux a déclaré : « Afin de faire face au défi du réchauffement climatique, JCDecaux se mobilise pour réduire ses émissions de carbone. De la conception, la production, à l'entretien de nos mobiliers et services, nous nous engageons à poursuivre la réduction de nos émissions de CO2. En baisse de 33% en 2018 par rapport à 2017, elles ont quasiment été divisées par deux depuis 2014. Par ailleurs, l'objectif que nous nous sommes fixés de couvrir 100% de nos consommations électriques par de l'électricité d'origine renouvelable d'ici 2022 montre notre détermination. Rejoindre le RE100 nous permet non seulement d'échanger avec d'autres entreprises engagées, mais aussi d'envoyer un signal fort aux villes et aux annonceurs qui nous font confiance sur la capacité de la communication extérieure, et du media JCDecaux en particulier, à accompagner les grandes mutations de notre société ».

Dans le cadre de la Climate Week, JCDecaux expose, sur 40 de ses mobiliers new yorkais, l'affiche de l'artiste danois Per Arnoldi intitulée « Warning Global Warming », qui alerte le grand public sur la menace du réchauffement climatique. Une version animée de cette création est diffusée depuis le 16 septembre sur 12 abribus digitaux de JCDecaux à proximité du siège de l'ONU, qui a accueilli son Assemblée Générale du 17 au 24 septembre. Entreprise engagée, JCDecaux est également un media responsable puissant et efficace, qui générera plus de 17 millions de vues pour cette campagne et contribuera ainsi à éveiller les consciences.

Jean-François Decaux s'est également exprimé sur le changement climatique et les initiatives de JCDecaux dans une vidéo disponible en ligne :

<https://www.youtube.com/watch?v=o1ZRJqEuKHE>



L'engagement JCDecaux : 100% D'ENERGIE RENOUVELABLE D'ICI 2022

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

Brand Urbanism : quel nouveau rôle pour les marques dans l'espace public urbain ?

À l'occasion de ses 25 ans, UTOPIES a lancé 25 collaborations avec des entreprises ou ONG qui souhaitent contribuer à ouvrir de nouvelles voies pour l'engagement et l'impact. L'une de ces collaborations, menée avec JCDecaux, explore le Brand Urbanism® pour mieux comprendre la façon dont les marques s'expriment dans l'espace urbain et les investissements qui y sont liés. Cette étude fondatrice analyse le nouveau rôle des marques en ville, à la croisée entre raison d'être des marques, ancrage local et démonstration par l'exemple avec des initiatives créatrices d'impact positif.

Brand Urbanism® : de quoi parle-t-on ?

De la publicité au marketing sauvage en passant par le sponsoring croissant des stades en France par exemple, la présence des marques dans les espaces publics urbains n'est pas nouvelle. Ce qui est nouveau, en revanche, c'est la forte attente des consommateurs-citoyens vis-à-vis des marques. Ils veulent qu'elles s'engagent pour le bien commun et, dans la lignée de leur raison d'être, qu'elles fassent œuvre utile. Ces attentes nouvelles invitent les marques à assumer leur influence sur les modes de vie et à contribuer proactivement à l'amélioration de la qualité de vie en ville tout en cultivant leur proximité et leur notoriété. C'est de ces attentes qu'est né le Brand Urbanism®, pratique émergente qui consiste, pour une marque, à nouer un partenariat avec une ville pour initier et/ou financer un projet d'aménagement urbain, temporaire ou durable, allouant ainsi une fraction de son budget marketing à l'amélioration de la qualité de vie des citoyens.

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Brand Urbanism® :

un terrain naturel pour UTOPIES, l'ADN de JCDecaux
Pour explorer les facteurs de succès et les conditions de légitimité d'une telle démarche, UTOPIES a étudié une cinquantaine de cas de Brand Urbanism® à travers le monde et mené une quinzaine d'entretiens pour construire un référentiel susceptible de promouvoir le concept dans sa meilleure forme. L'agence de conseil et think-tank spécialisée sur le développement durable s'est associée à JCDecaux pour réaliser cette étude.

« En tant que numéro un mondial de la communication extérieure, JCDecaux travaille au quotidien avec plus de 4 000 villes à travers le monde et avec 95% des plus grandes marques internationales. Tiers de confiance entre ces deux écosystèmes, nous souhaitons faciliter les échanges et accélérer l'émergence de projets publics-privés créateurs de valeur partagée au sein des territoires », explique **Carole Brozyna-Diagne, Directrice du Développement Durable et de la Qualité de JCDecaux.**

3 parties prenantes clés au cœur de l'essor du Brand Urbanism®

- **Les villes**, qui concentrent les enjeux mais aussi les solutions en matière de développement durable, sont la partie prenante pivot du Brand Urbanism®. Pour répondre aux besoins (alimentation, mobilité, bien-être...) de populations urbaines en croissance dans un contexte de transition écologique et de réduction des budgets, elles doivent mettre en place des synergies entre acteurs publics et privés au sein des territoires. Pour être plus qu'un simple espace géographique, les villes ont la volonté de recréer du lien avec les citoyens-usagers et le besoin de se différencier pour attirer capitaux, activité économique et tourisme.
- **Les citoyens**, en tant que consommateurs, ont des attentes croissantes en termes de responsabilité et d'engagement sociétal des marques. Ils plébiscitent davantage les marques locales, plus proches de leurs besoins. Et ils attendent de leur ville des services de qualité.
- **Les marques**, qui ont tout intérêt à agir localement, pour se rapprocher de leurs clients, démontrer leur utilité sociale et incarner au quotidien leur raison d'être. Elles ont les moyens mais aussi le devoir de le faire du fait de leur influence sur les modes de vie et les comportements.

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

« *Le Brand Urbanism® ouvre, selon nous, des pistes intéressantes pour aider les villes à relever les incroyables défis auxquels elles sont confrontées, sur l'écologie, le climat, le lien social, la réhabilitation des quartiers délaissés, etc. – et qu'elles ne pourront pas résoudre sans la mobilisation de tous, y compris des acteurs privés. Mais aussi pour aider les marques à mieux s'ancrer localement dans les territoires où elles mènent leurs activités et où vivent leurs clients, ainsi qu'à assumer ou à affirmer leur utilité sociétale* », explique **Elisabeth Laville, Fondatrice et Directrice d'UTOPIES.**

Tour d'horizon des expérimentations en Brand Urbanism®

Repenser la mobilité urbaine, promouvoir l'accès de tous au sport, réenchanter l'espace urbain, contribuer à résoudre un problème environnemental, le Brand Urbanism® émerge sous plusieurs formes et dans différents secteurs, pour répondre à diverses problématiques.

Quelques exemples :

- [COURT DUPERRE](#) – NIKE – à Paris, France : rénovation et création d'un terrain de basket aux couleurs vives entretenu par Nike ;
- [LET'S COLOUR](#) – DULUX : programmes de peinture d'espaces communs dans des quartiers défavorisés à travers le monde, par les résidents et salariés de la marque ;
- [BUS DE NUIT](#) - DE KONINCK à Gand, Belgique : mise en service de bus de nuit financés par la marque de bière pour favoriser un retour de soirée en sécurité ;
- [#ENGIE Harmony Project Solar Graffiti](#) – ENGIE X Heliatek à Mexico City, Mexique : réfection, entretien et éclairage de terrains de sport sécurisant l'espace et leur conférant à nouveau un rôle d'animation au sein du quartier ;
- [DOMINO'S PIZZA](#) : contribution à la réfection des routes de nombreuses municipalités des États-Unis... pour assurer la livraison de pizzas en bon état et maintenir la satisfaction client.



EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80Eplus

Méthodologie

Etude menée de janvier à juin 2019

Série d'entretiens menés par UTOPIES et analyse d'une cinquantaine d'études de cas par des experts du Brand Urbanism® tels que Gilbert Rochecoste (pionnier du placemaking, expert associé UTOPIES), Rinske Brand (fondatrice d'une agence spécialisée dans le Brand Urbanism aux Pays-Bas), Lisa Sibbing (auteure d'une thèse sur ce thème), Thomas Kolster (pionnier et théoricien du Goodvertising, dans lequel s'inscrit le Brand Urbanism), Raphaël Souchier (fondateur de VIBE, spécialiste de l'ancrage local, expert associé UTOPIES).

A propos d'UTOPIES

Créée il y a 25 ans par Élisabeth Laville, UTOPIES est la première agence indépendante et think-tank en France sur l'accompagnement des entreprises et des marques qui placent le développement durable au cœur de leur stratégie - et l'un des tous premiers dans le monde. Fort d'une cinquantaine de consultants, UTOPIES a pour mission d'ouvrir de nouvelles voies en incitant les entreprises à intégrer les enjeux sociaux et environnementaux au cœur de leur mission, de leur stratégie et de leur démarche d'innovation. L'agence est notamment reconnue pour ses travaux sur les stratégies de marques et sur l'innovation positive, mais aussi pour son expertise sur les études d'impact socio-économiques et l'économie locale. Soucieuse de s'appliquer à elle-même ce qu'elle recommande à ses clients, UTOPIES arrive en tête du Palmarès Great Place to Work 2019, catégorie « entreprises de moins de 50 salariés ». L'agence a également été la première entreprise labellisée B Corp en France en 2014, et est par ailleurs en charge du développement dans l'hexagone de cette certification internationale des entreprises engagées. L'équipe d'UTOPIES est présente à Paris, où se trouve son siège social historique, mais aussi à Bordeaux et Annecy, ainsi qu'à Sao Paulo et à Maurice, depuis quelques années. www.utopies.com

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

JCDecaux partenaire fondateur de la Grande Cause Environnement de Make.org

JCDecaux fait partie des entreprises fondatrices de la Grande Cause Environnement initiée par la *civic tech* Make.org, une plateforme digitale qui permet de mener des consultations citoyennes de grande ampleur en garantissant indépendance et sécurité des données et des votes. L'objectif de cette initiative est de créer une coalition exceptionnelle avec de nombreux acteurs de la société civile (entreprises, associations, mouvements citoyens, institutions et médias) réunissant 500.000 citoyens afin de concevoir et piloter 6 à 10 actions concrètes majeures sur 3 ans.

Le coup d'envoi de la Grande Cause sera donné le 5 novembre par l'ouverture d'une vaste consultation nationale autour de la question "Comment agir ensemble dès maintenant pour l'environnement" ?

Les priorités identifiées lors de cette consultation permettront ensuite de co-construire, avec les citoyens, ONG, associations, institutions, entreprises, un plan d'actions pour lutter concrètement et collectivement pour la pérennité de notre planète.

JCDecaux France a décidé de soutenir cette Consultation nationale, en contribuant à la mobilisation massive des Français grâce à une campagne gracieuse visible sur 5500 faces sur toute la France et en encourageant les collaborateurs qui le souhaitent à faire connaître leurs idées et propositions.



EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

Jean-Charles Decaux, Codirecteur Général de JCDecaux a déclaré : « *Faire partie des partenaires fondateurs de la Grande Cause Environnement est à la fois une grande fierté, une grande responsabilité et un engagement cohérent avec notre histoire et nos actions qui visent, depuis sa création, à faire de JCDecaux une entreprise et un média responsables. Nous sommes en effet engagés auprès des villes, des collectivités et des autorités de transport dans une ambitieuse approche globale de responsabilité environnementale, sociale et sociétale. En matière d'environnement, nos produits sont éco-conçus afin de minimiser notre impact sur l'environnement en étant économes en énergie et en privilégiant des matériaux recyclables et durables qui leur permettent une longévité de plus de 30 ans. C'est grâce à cette démarche de qualité programmée, que les mobiliers publicitaires dessinés par Patrick Jouin, ont pu, après 10 ans à Paris, être ré-installés à Nantes une fois rénovés et modernisés. Le lavage à l'eau de pluie, l'utilisation de produits d'entretien bio-dégradables, les formations à l'éco-conduite, les tournées de maintenance et d'entretien optimisées, le recyclage des affiches... sont autant d'autres exemples d'actions concrètes qui attestent de notre volonté permanente de minimiser les impacts liés à l'exploitation de nos actifs. Par ailleurs, nos ingénieurs conçoivent des produits et services innovants qui contribuent à préserver l'environnement tels nos vélos en libre-service qui ont accéléré l'essor des modes de déplacements doux depuis 15 ans dans près de 13 pays, ou les capteurs de qualité de l'air déployés à Nice cette année, ou très bientôt, des mobiliers permettant de réduire la pollution atmosphérique. Autant de raisons pour lesquelles notre entreprise se devait d'être au rendez-vous de la plus grande mobilisation de la société civile jamais menée en faveur de la protection de l'environnement en France. J'invite donc tous les salariés de JCDecaux qui le souhaitent à prendre part à cette consultation nationale et proposer des solutions concrètes et rapides pour notre environnement.* »

La Grande Cause Environnement se déroule en 3 phases :

GRANDE CAUSE MAKE.ORG

AGISSONS
ENSEMBLE POUR
L'ENVIRONNEMENT

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 60Eplus

1. **La phase de Consultation (du 5 novembre au 19 janvier 2020)** : la question ouverte “Comment agir ensemble dès maintenant pour l’environnement ?” est posée massivement sur les réseaux sociaux, auprès des citoyens et grâce à une forte médiatisation. La consultation engagera de 200.000 à 500.000 contributeurs citoyens, collaborateurs et clients. Elle permettra d’identifier les propositions citoyennes consensuelles, controverses et repoussoirs et se conclura par une analyse et une restitution des résultats.

Fin février 2020 : restitution des résultats de la consultation

2. **La phase de Transformation (en mars et avril 2020)** : les ateliers présentiels de transformation réuniront les partenaires entreprises, associations, institutions, médias et citoyens afin de transformer les propositions citoyennes plébiscitées, consensuelles, en actions concrètes et co-construire un plan d’actions.

Septembre 2020 : annonce du plan d’actions

3. **La phase Action (de septembre 2020 à 2022)** : le pilotage des 6 à 10 actions retenues dans le cadre du plan d’actions de la société civile durera 2 ans 1/2. Leur impact sera évalué grâce à des critères de performance définis avec les partenaires fondateurs et les associations. L’enjeu est également de réengager les citoyens dans ces actions. Les progrès des projets seront suivis et communiqués régulièrement. Bien évidemment une amplification politique et médiatique pour annoncer l’opération, les résultats et l’impact positif est prévue tout au long du processus.

Pour en savoir plus sur Make.org :

MAKE.
ORG

EVENEMENTS ET ENVIRONNEMENT 2019

Posted on 2 juin 2019 by 80tplus

Make.org est une **plateforme citoyenne** leader de la **Civic Tech européenne** dont la mission est d'engager les citoyens, les entreprises, les associations, les médias et les institutions dans la transformation positive de la société. Pour cela, Make.org a développé une **plateforme digitale unique** capable d'engager autour d'une **question simple d'intérêt général**, plusieurs centaines de milliers citoyens et d'en extraire les consensus populaires.

Make.org a déjà effectué plusieurs **consultations citoyennes** impliquant des millions de **citoyens**, deux cents **associations** (Croix Rouge, ONU Femmes France...), des **institutions** (Ministères, régions, grandes villes...) et vingt **grandes entreprises**. Make.org a également créé l'Initiative pour une **Démocratie Durable**, la première alliance stratégique globale entre **États, villes** et **Civic Tech**.

Make.org a construit une **gouvernance approfondie** pour assurer son **indépendance**, sa **neutralité** et sa **transparence**. Cette ambition est exprimée à travers sa **Charte Éthique** : Make.org est une plateforme démocratique, civique et européenne, neutre, indépendante, transparente et respectueuse des données personnelles. Son fonctionnement est contrôlé plusieurs fois par an par un **Comité éthique indépendant**.



[Allez sur ce site pour participer à la grande consultation citoyenne](#)

Résultats

Résultats du premier semestre 2019

- Chiffre d'affaires ajusté en hausse de +12,1 % à 1 842,3 millions d'euros
- Croissance du chiffre d'affaires organique ajusté en hausse de +5,2 %, avec un 2ème trimestre en hausse de +5,1 %
- Marge opérationnelle ajustée de 306,4 millions d'euros, en hausse de +29,4 %
- Résultat d'exploitation ajusté, avant charges de dépréciation, de 136,1 millions d'euros, en hausse de +58,6 %
- Résultat net part du Groupe de 96,0 millions d'euros, en hausse de +86,8 %
- Cash-flow disponible ajusté de -7,8 millions d'euros, en baisse de -120,3 %
- Chiffre d'affaires organique ajusté attendu stable au 3ème trimestre 2019 par rapport au 3ème trimestre 2018

MOBILIER URBAIN (évolution du chiffre d'affaires organique)

Le chiffre d'affaires ajusté du premier semestre 2019 est en hausse de +6,4 % à 790,6 millions d'euros, +5,6 % en organique, porté par une bonne performance en France, dans le Reste de l'Europe et en Amérique du Nord ainsi que par une croissance à deux chiffres en Asie-Pacifique. Le Royaume-Uni est en baisse, impactée par l'interdiction de la publicité pour les produits HFSS (Produits à haute teneur en graisse, en sel et en sucre) à Londres, sur les actifs de TfL. Au premier semestre, le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, croît de +4,9 % comparé au premier semestre 2018.

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires ajusté a augmenté de +10,0 % à 446,3 millions d'euros, soit une croissance organique de +9,6 % par rapport au deuxième trimestre de l'année dernière. Le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, est en hausse de +9,6 % au deuxième trimestre 2019 par rapport au deuxième trimestre 2018.

Résultats

TRANSPORT (évolution du chiffre d'affaires organique)

Le chiffre d'affaires ajusté du premier semestre 2019 est en hausse de +17,8 % à 777,0 millions d'euros, +8,1 % en organique, grâce à une bonne performance en Asie-Pacifique, une croissance à deux chiffres dans le Reste de l'Europe et en Amérique du Nord ; le Royaume-Uni et la France sont en croissance à un chiffre.

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires ajusté progresse de +11,8 % à 409,0 millions d'euros, soit une croissance organique de +3,0 % par rapport au deuxième trimestre de l'année dernière, principalement en raison d'une baisse du chiffre d'affaires dans notre activité métro en Chine.

AFFICHAGE (évolution du chiffre d'affaires organique)

Le chiffre d'affaires ajusté du premier semestre 2019 augmente de +13,9 % à 274,7 millions d'euros, -3,8 % en organique. La croissance reportée a bénéficié de la contribution d'APN Outdoor. En organique, l'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) et le Reste du Monde sont en baisse. L'Amérique du Nord est en hausse à deux chiffres. Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires ajusté progresse de +13,7 % à 147,0 millions d'euros. En organique, le chiffre d'affaires ajusté baisse de -3,1 % comparé à la même période l'année dernière.

DÉFINITION DE LA CROISSANCE ORGANIQUE

La croissance organique du Groupe correspond à la croissance du chiffre d'affaires ajusté hors effet de change et variation de périmètre. L'exercice de référence est inchangé par rapport aux données publiées, et la croissance organique est calculée en appliquant les taux de change moyens de l'exercice précédent au chiffre d'affaires de l'exercice en cours et en prenant en compte les variations de périmètre prorata temporis, mais en incluant les variations de chiffre d'affaires liés aux gains de nouveaux contrats et aux pertes de contrats précédemment en portefeuille.

Résultats

Chiffre d'affaire du troisième trimestre 2019

Le chiffre d'affaires ajusté du Groupe pour le troisième trimestre 2019 est en hausse de +6,7 % à 925,8 millions d'euros, comparé à 867,7 millions d'euros au troisième trimestre 2018.

En excluant l'impact positif lié à la variation des taux de change et l'impact positif lié aux variations de périmètre, le chiffre d'affaires organique ajusté est en augmentation de +0,1 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est stable au troisième trimestre 2019 comparé au troisième trimestre 2018.

Les commentaires ci-après, relatifs aux zones géographiques, concernent l'évolution du chiffre d'affaires organique.

MOBILIER URBAIN

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre est en croissance de +7,0 % à 390,4 millions d'euros (+5,2 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en hausse avec une forte performance du Royaume-Uni. L'Asie Pacifique et le Reste du Monde sont en augmentation avec une croissance à deux chiffres, tandis que l'Amérique du Nord affiche une bonne performance. Le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté du troisième trimestre, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain croît de +3,6 % par rapport au troisième trimestre 2018.

TRANSPORT

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre est en hausse de +4,1 % à 400,7 millions d'euros (4,2 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est impactée par le non renouvellement du contrat national déficitaire des aéroports espagnols AENA, alors que la France affiche une croissance à deux chiffres et que le Royaume-Uni enregistre une bonne performance. L'Asie-Pacifique est en baisse, impactée par une nouvelle détérioration de nos activités métros en Chine, notamment à Hong Kong, partiellement compensée par une bonne performance de nos activités aéroports en Chine. L'Amérique du Nord connaît une hausse à un chiffre, et le Reste du Monde une hausse à deux chiffres.

AFFICHAGE

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre croît de +14,5 % à 134,8 millions d'euros (-1,6 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en augmentation, bénéficiant d'une bonne performance commerciale dans le Reste de l'Europe et de la rationalisation et de la digitalisation de notre patrimoine de grands formats au Royaume-Uni.

Résultats



Le Reste du Monde est en baisse. L'Amérique du Nord est en hausse à deux chiffres.

A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du troisième trimestre 2019, Jean-François Decaux, a déclaré :

« Notre croissance de chiffre d'affaires organique pour le troisième trimestre 2019 de +0,1 %, qui est en ligne avec notre prévision de juillet dernier, reflète un trimestre difficile en Chine, compensé par de bonnes performances au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et dans le Reste du Monde tandis que la France et le Reste de l'Europe demeurent résilients.

La croissance de chiffre d'affaires organique du Mobilier Urbain de +5,2 %, est principalement liée à une augmentation de notre chiffre d'affaires digital de +24,5 % due à la digitalisation en cours de nos actifs premium dans plus de villes dans le monde. La baisse de chiffre d'affaires organique du Transport de -4,2 %, qui prend en compte le non-renouvellement du contrat des aéroports espagnols, s'explique principalement par les conditions de marché difficiles à Hong Kong, ainsi que par nos activités dans les métros chinois, tandis que nos activités dans les aéroports chinois continuent de croître, avec un chiffre d'affaires digital Groupe en Transport en hausse de +31,0 %. La baisse de chiffre d'affaires organique de -1,6 % de notre activité Affichage reflète des conditions de marché atones dans certains pays encore peu consolidés, tandis que le chiffre d'affaires digital Groupe en Affichage, en hausse de +141,1 %, bénéficie de l'intégration d'APN Outdoor ainsi que de la rationalisation et de la digitalisation de notre patrimoine de grands formats traditionnels au Royaume-Uni.

En ce qui concerne le quatrième trimestre 2019, il n'y a pas de réel changement de tendance commerciale comparé au troisième trimestre 2019, à l'exception de Hong Kong en Chine, où nous observons une nouvelle détérioration de nos activités, et en Australie, où le marché total des médias est négativement impacté par le ralentissement majeur de l'économie. En conséquence, et en gardant à l'esprit le solide comparable du quatrième trimestre 2018, nous nous attendons à une croissance de notre chiffre d'affaires organique ajusté négative autour de -2 %, soit une performance organique annuelle au-dessus de +1,5 %.

Dans un paysage des media de plus en plus fragmenté, la communication extérieure renforce son attractivité. Avec notre exposition grandissante aux pays à plus forte croissance, le déploiement de notre portefeuille digital allié à une nouvelle plateforme de vente à l'audience alimentée en données qualitatives, notre faculté à remporter de nouveaux contrats et la qualité de nos équipes dans le monde, nous sommes convaincus que nous sommes bien positionnés pour continuer à surperformer le marché publicitaire mondial et renforcer notre position de numéro un du marché de la communication extérieure grâce à des gains profitables de parts de marchés. La solidité de notre bilan est un avantage clé qui nous permettra de continuer à saisir les opportunités de croissance externe qui se présenteront et à investir significativement en digital. »

Un rempart pour le patrimoine

Posted on 10 août 2019 by 80Etplus

Rempart.com vous confie une mission pour vos vacances : Sauvegarder le patrimoine

Rempart est un réseau d'associations qui organisent des chantiers de bénévoles, des stages techniques ou des missions de service civique pour sauvegarder et transmettre le patrimoine.

Ces stages sont ouverts à tous plus particulièrement au 60&+ Il suffit de s'inscrire, frais d'inscription-assurance standard à 40 €.

Comment faire? Le formulaire du site Rempart.com permet d'accéder rapidement aux propositions correspondant à vos choix.

Vous devez sélectionner votre stage en fonction : de vos dates de disponibilités ; du lieu du chantier (France ou étranger) et des activités proposées (vitraux, mosaïques, sculpture, maçonnerie...)

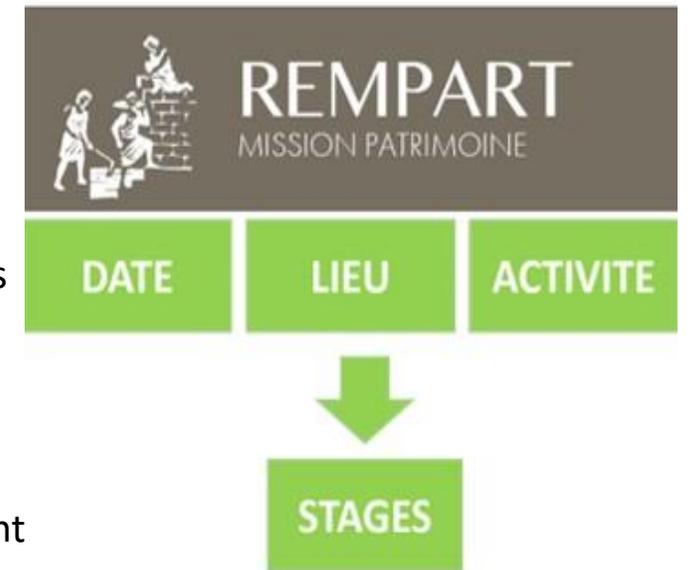
Par exemple, au moment où j'écris cet article j'ai trouvé un stage :

« Réalisez les vitraux qui seront posés en l'église Saint Quentin de Berzy-le-Sec. Via des enseignements théoriques et pratiques, ce stage vous invite à une découverte des techniques du travail du verre et du vitrail. »

Dates: du 21/10/2019 au 25/10/2019 Prix : 200€ par personne

Le pitch (synthèse du stage) : Différents niveaux de difficulté s'offriront à vous selon votre habileté. Visites guidées sur les thèmes de la fortification médiévale et de l'iconographie religieuse, visites de la région. Ce projet offre également la possibilité de travailler sur différents niveaux de difficulté et, à travers eux, de favoriser la transmission d'un savoir-faire ancestral autant dans leur fabrication que dans l'apprentissage des techniques

Pour passer un séjour original en participant à la sauvegarde du patrimoine : REMPART.COM



SQYLAB



Nous avons découvert une association qui permet d'apprendre, faire et partager au travers de sa communauté. SQYLAB, c'est un lieu d'émulation et d'échange, de rencontres qui facilitent l'éclosion de nouvelles idées, rendent possible leur concrétisation et leur réalisation.

SQYLAB comme tous les FabLab met à disposition de ses adhérents des outils numériques tel que des imprimantes 3D, une découpeuse laser, une brodeuse numérique, 4 CNC...

J'adhère

Je me forme

J'utilise

Je crée mon projet

Je forme à mon tour

Adhésion annuelle
50€

Des cours sont
proposés
régulièrement

Le parc machine
est ouvert

Mon projet : un
théâtre de
marionnette pour
notre petite-fille

Je suis disponible à
mon tour pour
former les
nouveaux
adhérents

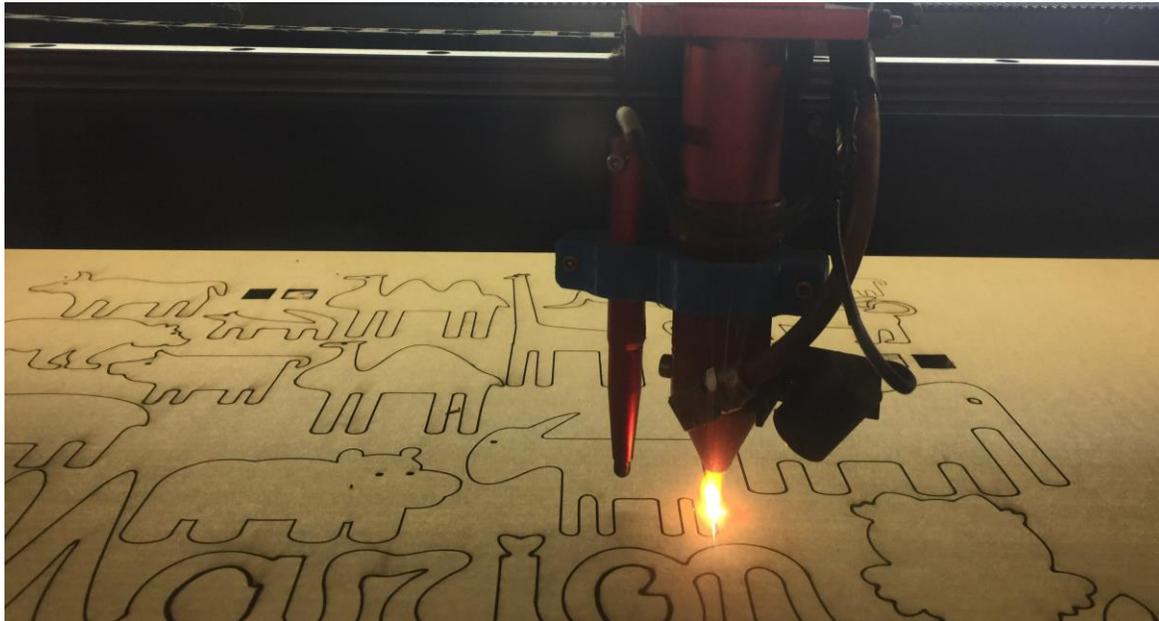
Aujourd'hui, je suis formé à l'utilisation de machines à bois (tour, scieuse, raboteuse...); d'une découpeuse laser et d'une imprimante 3D. J'ai débuté mon projet après plusieurs séances de travail me permettant d'arriver à travailler en toute autonomie.

Le plus :

- J'ai appris de nouvelles techniques,
- Je me suis lancé d'ores et déjà plusieurs objectifs de projet
- Je suis libre de mon emploi du temps car je me rends quand je veux sur le site (sur des plages horaires dédiées, le WE et certains soirs en semaine)
- J'ai d'autres formations pour néophytes en vue, façonnage textile, langages informatiques, robotique ...

Le tout dans une bonne ambiance!

Je ne le savais pas, il y a des FabLab un peu partout... Recherchez-en un près de chez vous et testez, c'est une belle expérience.



Découpe laser

Mon premier projet : Silhouette d'animaux sauvages pour réalisation d'un mobile et, le prénom de Marion en bois détourné.

Phase 1 : Je dessine les animaux et le prénom

Phase 2 : Vectorisation des dessins sur PC

Phase 3 : Mise au format DXF

Phase 4 : Transfert vers le logiciel de la Découpeuse laser

Phase 5 : Contrôle de la trajectoire du laser

Phase 6 : Découpe des animaux sur la planche de travail

Phase 7 : Récupération des objets

Je vais pouvoir faire mon mobile 😊!



Citations murales!

L'emprise:

Vous vous êtes surpris à regarder du mobilier urbain pendant vos déplacements. Vous avez jugé de son état de propreté, de sa tenue mécanique ou de son design...

Moi cela ne me surprend plus, cela me faisait déjà cet effet là lorsque nous partions en vacances ... J'en prenais même en photo!

Mais ce n'est pas tout, les mobiliers urbains ne sont pas les seuls qui me poursuivent.

Ceux qui sont passés à Plaisir me comprendront, il s'agit des citations que l'on découvre aux points stratégiques de l'entreprise destinées tant aux employés qu'aux visiteurs, rappelant; à chacun; les valeurs de l'entreprise.

Nous avons tous gardé une empreinte de ce moule, l'ADN de l'entreprise.

Je suppose donc que ces citations reviennent aussi souvent à votre esprit et que vous les avez partagé avec vos proches.

Pour ceux qui les auraient oubliées ou qui ne les connaissent pas encore, je souhaitais, à mon tour, partager ces citations.

La première citation se trouve dès l'entrée au poste de garde.

« Le cœur de l'homme, éloigné de la nature, devient dur »

Standing Bear, chef Lakota (Sioux) – né vers 1829 – mort en 1908

La seconde sur le premier plateau

« Il ne faut pas être pessimiste: les pessimistes sont des spectateurs »

inspiré de François Guizot « Il faut être optimiste ; les pessimistes sont des spectateurs » 1787 – 1874

La troisième se trouve au parking de direction

« Il n'y a pas de hasard, il y a des forces en marche. A toi de les créer, le hasard suivra »

Saint Exupéry 1900 – 1944

La quatrième est aussi sur le premier plateau

« Ce qui vaut la peine d'être fait vaut la peine d'être bien fait »

Nicolas Poussin 1594 -1665

La cinquième, qui est la plus récente, se trouve au dessus du sas entre le premier plateau et la mezzanine qui mène aux arts graphiques.

« Les braves ne vivent peut-être pas longtemps mais les prudents ne vivent pas du tout »

R Branson né en 1950

LES MOMENTS FORTS du RASSEMBLEMENT 2019:

Le nouveau parc expo:



Merci Jérôme

Le concert:



Bravo Martin et Benjamin

Apéro-Jazz:



Une voix pour un trio

Le dîner:



Retrouvailles entre filles

Le bilan:



Quelques chiffres et des recos

Le concours photo:



Bravo Didier

Les discours:



Supers discours

Le déjeuner:



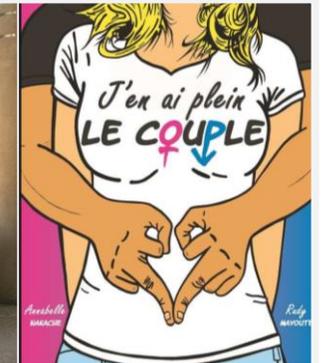
L'ancienne équipe à l'écoute

Le nouveau Neuilly:



C'était pas mieux avant

Le théâtre:



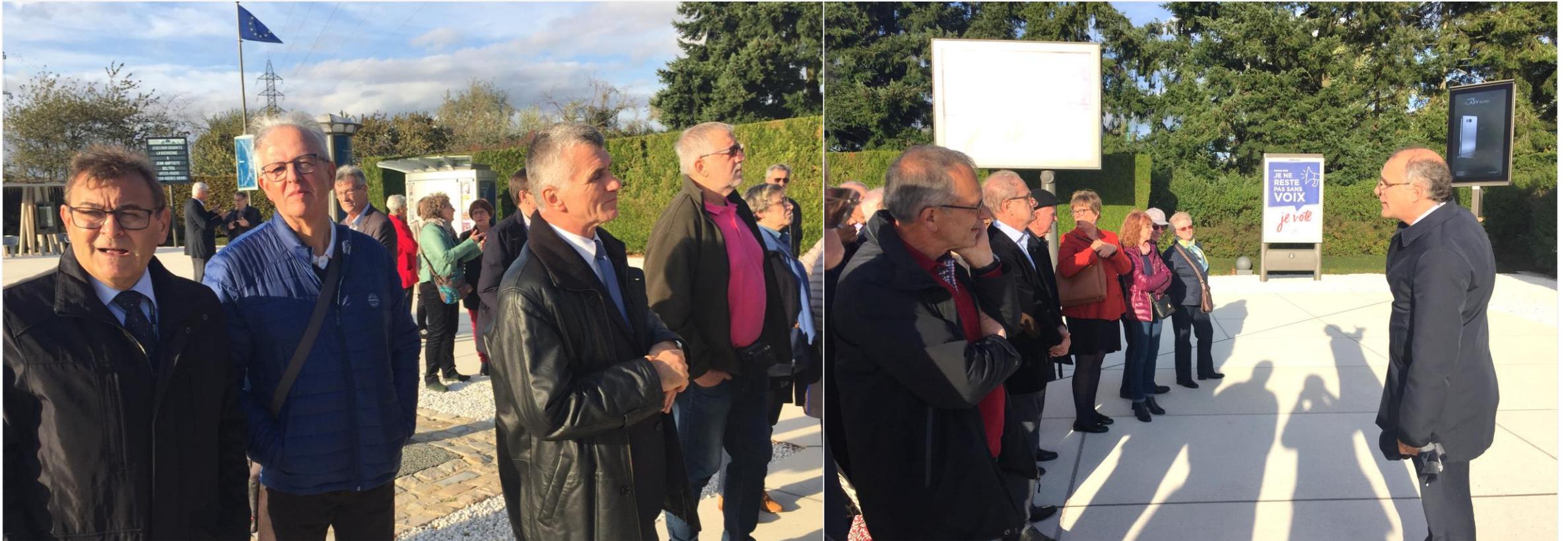
Autre style...

Retour sur le rassemblement Octobre 2019 des 60&+



Nous avons débuté le rassemblement par la visite du parc expo.

Jérôme nous a présenté la nouvelle organisation autour de thèmes: Ecrans, nouvelles technologies, services, les vélos, là où se trouvait l'unité urbaine, le développement durable, le design... Une visite richement commentée!



Après 45 minutes de « promenade », Jérôme qui n'avait pas perdu sa voix nous a accompagné à la salle de cinéma pour le spectacle.



Le concert de guitare classique sud américaine débute à 18h 30.

Dans l'ensemble, le public est unanime sur la qualité ... celle de la musique pas celle des fauteuils !

Nous atteignons 20h00 pour un apéritif où chacun a pu retrouver avec plaisir ses anciens collègues avec des « Tu te rappelles? » « Comment il s'appelait déjà? » « Aide moi, j'ai perdu un mot ».

Marie-Véronique, la voix du trio, nous a accompagné avec de vieux morceaux jazzy de la chanson française.

Nous avons invité quelques actifs, c'était aussi sympa de retrouver ceux que nous avons laissé lâchement pour prendre notre nouvelle carrière de 60&+.



Essais de bancs ischiatiques







Le samedi, le rendez-vous info nous a permis de faire un point sur les attentes des uns et des autres, en partant des principaux thèmes développés sur le site. Certains nous ont assuré avoir la volonté d'écrire un article, d'autres de bien vouloir participer à une randonnée....

Hervé, notre unique trésorier, nous a fait un rapide bilan.

Anne-Marie et Annick ont remis les diplômes aux gagnants du concours photos.

Ce fût au tour de Jean-Charles et Jean Sébastien de prendre la parole avec 2 discours, l'un sur l'actualité de l'entreprise, l'autre sur l'opération Lagos, où, JCDecaux a installé des grands formats numériques avec une partie réservée à l'info trafic. Nous, les 60&+, nous nous sommes passionnés une nouvelle fois pour l'histoire du groupe expliquée, comme toujours, avec talent. Les valeurs d'hier étant, à quelques points près, les mêmes qu'aujourd'hui, une belle recette qui fonctionne encore!

Le déjeuner s'est déroulé, à la suite des discours, en salle de restaurant où nous avons retrouvé les familles de Jean-Charles et Jean-Sébastien ainsi que Madame Danielle Decaux.

Comme la veille au soir, l'équipe du restaurant nous a fait grand honneur. Le menu était comme à l'habitude excellent. Le service, était d'exception... D'ailleurs je me demande si j'ai été déçu ne serait-ce qu'une seule fois depuis 30 ans ... A moins d'un souci de mémoire dû à mon statut de 60&+...

Le repas a été clôturé par la photo de groupe, à un endroit choisi par Jean-Charles. Je le précise car nous avons eu le droit de mettre nos pieds sur l'herbe.















Vivre à plein temps Décembre 2019







Ceux qui le souhaitent ont ensuite poursuivi leur route jusqu'à Neuilly. Nous l'avons découvert ou redécouvert, car tout a changé au niveau des étages: suppression des cloisons, lumière traversante, un ensemble de mobiliers légers de couleurs claires ... Une mise en scène moderne pour la meilleure communication entre collaborateurs. La visite nous a permis de visiter le bureau de Jean-Charles au 6^{ème} puis de descendre au sous-sol pour partager un buffet dans ce lieu où Gérard Garouste a créé son univers « mystique » en décorant le bar, la salle de restaurant et le cinéma.

Un cinéma unique auquel François Corbé a su redonner vie en actionnant la rotation des décors.

Nous avons quitté Neuilly pour rejoindre en métro le centre de Paris afin de voir une pièce de théâtre de boulevard. Sur l'une des lignes, le métro était comble, histoire de nous rappeler notre bonheur de 60+, loin des odeurs et de la promiscuité souterraine.

Le théâtre « Le mélo d'Amélie », salle comble et surchauffée, nous aura permis de passer un bon moment, sans autre prétention. Nous avons terminé la soirée par un pot, qui nous a permis de nous réhydrater à proximité, dans un bar dont le nom ne s'invente pas : « le Boui-Boui »

Le soleil était au rendez-vous de ce week end, Jean-Charles, Jean-Sébastien et leurs proches nous ont reçu comme à leur habitude toujours très cordialement, et comme si c'était hier, nous avons partagé nos souvenirs avec beaucoup d'émotions.

Un grand merci à ceux qui ont participé à ce succès, Agathe, Jérôme, Dorothee, Jérémie, Philippine, l'équipe 4 étoiles de Cédric, Alain, Emilie, Philippe et Yves



Concours photos 60&+ 2019

Le jury 2019 était composé de :

Geneviève CHEVALIER
Michel BONNIN
Daniel LEFEVRE

Le nombre de photos qui ont été soumises à
l'appréciation du jury était de 25.

Didier LORENT est le premier lauréat 60&+.

Le prochain concours sera lancé d'ici fin 2019.
N'hésitez pas à nous proposer un thème.



Le premier prix du concours photos du
club des retraités JCDecaux est attribué
à:

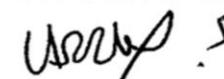
M Didier LORENT

Pour sa photo du château de Maintenon



Nous lui présentons toutes nos
félicitations

Plaisir le 12 octobre 2019


Le président du club

Le diplôme 2019

Premier prix : Didier Lorent
Château de Maintenon



Second prix : Jean-Pierre Demarchez
Coucher de soleil



Troisième prix : Hervé Riou
Bord de mer





Résultats du sondage réalisé pendant le rassemblement



Mais aussi:

- Bertrand Maechler et Michel Trébillon se propose de rédiger un article respectivement sur l'histoire de l'entreprise et sur la navigation en mer
- Nous avons une demande d'article de Dominique Lehericey sur la fabrication d'hôtels à insectes
- Nicole Scanvic propose d'ajouter dans la rubrique TUYAUX, la carte Château de Versailles ainsi que la possibilité d'avoir des remises chez Armor-Lux
- Anne-Marie Lhuillier propose d'organiser une randonnée.
- François Alexandre, Patrick Roque et Bertrand Maechler proposent des excursions au château de Miromesnils, au musée de mécanique naturelle (combiné aux musées de Giverny), à la marche Gourmande de Hunawihhr le 17 Mai 2020 et la Fête authentique du village le premier week end d'Août

Conclusions

- 1 Vous êtes intéressé par l'histoire de l'entreprise à 100% (News, Grandes étapes et Anecdotes)
- 2 Vous plébiscitez le journal à 100%
 - 60% pour une version électronique
 - 10 % POUR LES DEUX VERSIONS Papier et électronique
 - 30% n'ont pas d'avis
- 3 Vous souhaitez recevoir la newsletter pour 90%
 - Mensuelle ou Trimestrielle 50 / 50
- 3 Les articles loisirs vous intéressent 90% des 60et+
 - Des excursions ou rando sont envisa pour 70% d'entre vous, 50% en un jour et 20% sur deux jours
 - Le covoiturage est souhaité à 60%
- 4 La billetterie n'intéresse que l'Île de France
 - soit 100% des résidents en Île de France
- 5 Les articles sur la santé intéressent 40% d'entre nous, le reste n'a pas d'avis.

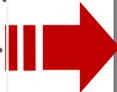
Mon adhésion pour 2020

C'est simple, j'envoie le montant de mon adhésion à Hervé RIOU
Le chèque à l'ordre de: Club des retraités du groupe JCDecaux
Un montant de 20€ ou plus si je suis bienfaiteur!



Je précise mes coordonnées:

Nom:
Prénom:
Adresse:
.....
.....
Numéro téléphone:
Adresse Mail:
Société-Agence-Service d'origine :
Date de Naissance :
Date de départ en retraite:



Hervé Riou
CLRJCD
53 bis rue des Renoncules
91160 LONGJUMEAU

Je joins mes coordonnées au courrier.
Sinon, je peux les envoyer à Sylvain
- par SMS (0660147200) ou
- par MAIL sylvain.larray@gmail.com

Alternative

Il est possible de payer directement
votre cotisation par internet.
Pour cela, il vous suffit d'effectuer un
virement bancaire en indiquant le N°
d'IBAN que nous vous communiquons.
Vous pouvez faire copie de la transaction
à Hervé : riou.h@free.fr

En précisant vos coordonnées



CAISSE D'ÉPARGNE
ILE-DE-FRANCE
Cadre réservé au destinataire du relevé

Identification du compte pour une utilisation nationale						
17515	00600	08275276023	88			
<small>c/étab</small>	<small>c/guichet</small>	<small>n/compte</small>	<small>c/rice</small>			
Domiciliation		BIC				
CE ILE-DE-FRANCE		CEPAFRPP751				
Identification du compte pour une utilisation internationale (IBAN)						
FR76	1751	5006	0008	2752	7602	388
Intitulé du compte						
ASS CLR JCD ASS CLR JCD SOCIETE JC DECAUX SAINTE APOLLINE 78370 PLAISIR ELANCOURT LES TEMPLIERS 0000659						

Parrainons!

Vous connaissez un 60&+ qui pourrait nous rejoindre
mais qui n'a pas fait la démarche d'adhérer... Invitez-le à
nous rejoindre via le site, ou par courrier.

Il pourra avoir accès aux infos du groupe, à la billetterie,
nous rejoindre au rassemblement 2020, participer au
concours photos,...



Le rassemblement nous a permis de constater que les
pionniers du terrain et des ateliers JCDecaux étaient peu
représentés au sein du club. Si vous en connaissez un,
dîtes-lui qu'il sera bien reçu, nous ne sommes pas dans
un salon mais dans un club d'adhérents partageant les
mêmes valeurs, sans autres prétentions.
Le rassemblement 2020 sera un très bon moyen de le
prouver et de nous y retrouver.
Les 60&+ ne sont pas guindés, il s'agit pour eux de créer
des moments de convivialité et de garder un lien.



L'équipe 60&+
vous souhaite
une Bonne et
Heureuse
année 2020!

