

Avec Jackie Lombard et AEG Presents, JCDecaux fait rayonner en France et à l'international le retour sur scène de Céline Dion

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Émirats Arabes Unis
Équateur
Espagne
Estonie
Eswatini
États-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Jordanie
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouzbékistan
Panama
Paraguay
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Paris, 30 mars 2026 – JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, accompagne le grand retour sur scène de Céline Dion avec une campagne de teasing et de révélation d'envergure, qui a trouvé ce soir à 21h10 son point d'orgue à la tour Eiffel et qui se prolongera, dès le 31 mars, en France et dans le monde entier.

Depuis le 23 mars, Paris s'est mise à fredonner quelques mots seulement « **My Heart Will Go On** », « **Pour que tu m'aimes encore** », « **Encore un soir** », « **S'il suffisait d'aimer** », « **Power of love** ». Autant de titres qui appartiennent à la mémoire collective et qui, déployés sans logo ni signature sur des mâts-drapeaux JCDecaux, **dans les lieux les plus fréquentés de la capitale**, ont littéralement repeint Paris, surprenant les passants au détour d'une rue, d'un trajet, d'un rendez-vous. Sans visuel de l'artiste, ces créations épurées ont laissé les chansons parler d'elles-mêmes, ravivant les souvenirs et les émotions de millions de fans. En quelques jours seulement, la ville s'est emparée de ce jeu de piste : des centaines de milliers de publications sur le web et les réseaux sociaux, dont plus de 300 000 réactions et commentaires sur Instagram, de multiples reprises dans les médias français et internationaux, témoignant de l'attente exceptionnelle suscitée par ce retour sur scène.

Ce soir à 21h10, le grand retour sur scène de Céline Dion a été officialisé, depuis la tour Eiffel, en écho à la performance de la star lors de la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Paris 2024. Céline Dion posera ainsi ses valises pour une série de concerts à Paris La Défense Arena, faisant de la capitale sa résidence mondiale.

Pour soutenir cette annonce, les dispositifs JCDecaux vont passer du teasing à la révélation à partir du 31 mars :

- **À Paris et en région parisienne**, les visuels mystérieux vont laisser place aux affiches officielles de la tournée, déployées sur les Colonnes Morris®, les mâts-drapeaux et une toile XXL sur le boulevard périphérique Porte de Saint-Ouen.
- **En région**, la campagne va s'incarner sur des Colonnes Morris®, ainsi qu'une toile monumentale de la façade de l'Hôtel de la Marine à Bordeaux, des réseaux locaux d'affichage à Lille, Lyon et Marseille, pour que l'annonce de la tournée se vive aussi dans les grandes villes de France.
- **À l'international**, la campagne va se prolonger en version digitale : plusieurs centaines d'écrans dans les grandes métropoles ; écrans digitaux à New York, Bruxelles, Berlin, Hambourg, Rome, Londres, Los Angeles ; écrans dans les centres commerciaux à Madrid, ainsi que dans les centres commerciaux, les gares et l'aéroport de Luxembourg, feront résonner ce retour dans le monde entier.

Avec cette opération, en parfaite orchestration avec Jackie Lombard et AEG Presents, JCDecaux réaffirme son rôle de partenaire privilégié des grands rendez-vous culturels et populaires, illustrant la capacité unique de la communication extérieure à créer l'événement et à faire du quotidien des villes une expérience collective.

Jean-Charles Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Portés par la confiance et la complicité de Jackie Lombard et d'AEG Presents, nous sommes particulièrement honorés d'accompagner le grand retour sur scène de Céline Dion, dont les chansons rythment le quotidien de millions de personnes à travers le monde. Cette campagne inédite a sonné comme une évidence, dans l'épure de la communication extérieure : des titres connus de tous, affichés partout dans Paris sur nos mâts-drapeaux, écrin unique et puissant, ont créé en quelques heures un buzz mondial et alimenté toutes les conversations de la vie réelle, de la presse et des réseaux sociaux. Média de la ville et de la vie, qui offre aux marques la pertinence du « voir ensemble », JCDecaux est fier d'avoir créé la surprise, réenchanté les rues et amplifié cette annonce dans l'espace public, devenu la première scène de ce grand retour.* »

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2025 : 3 967,1 millions d'euros
- N°1 mondial de la communication extérieure
- Une audience journalière de 850 millions de personnes dans 79 pays
- 1 105 906 faces publicitaires dans le monde
- Une présence dans 3 895 villes de plus de 10 000 habitants
- 11 894 collaborateurs
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices SBF 120 et CAC Mid 60
- La trajectoire de réduction carbone Groupe de JCDecaux a été validée par le SBTi et l'entreprise a rejoint l'indice Euronext Paris CAC® SBT 1,5°
- JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements CDP (Liste A), MSCI (AAA), Sustainalytics (11,1) et classé Or par EcoVadis
- Membre du Global Compact ONU depuis 2015 et du RE100 depuis 2019
- Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- N°1 mondial du mobilier urbain (636 625 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 154 aéroports et 257 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (374 718 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (94 562 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (740 067 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (168 815 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (103 865 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (31 364 faces publicitaires)
- N°2 de la communication extérieure au Moyen-Orient (20 852 faces publicitaires)

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com

Retrouvez-nous sur [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)

Direction de la Communication : Clémentine Prat

+33 (0) 1 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Relations Investisseurs : Rémi Grisard

+33 (0) 1 30 79 79 93 – remi.grisard@jcdecaux.com