

JCDecaux mesure ce qui ne se voit pas en déployant à l'international le seul calculateur d'impact global des campagnes

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
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Eswatini
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Jordanie
Kazakhstan
Koweït
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, le 18 février 2026 – Quatre ans après le succès de son lancement pilote en France, JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, déploie à l'international la version enrichie de **360 Footprint**, le seul calculateur du marché de la communication capable de mesurer l'empreinte environnementale, économique et sociale. JCDecaux confirme ainsi son ambition de faire de 360 Footprint une référence internationale et de contribuer à éléver les standards de la communication responsable.

360 Footprint : un outil pionnier de mesure globale

Dans un contexte où marques, pouvoirs publics et citoyens attendent davantage de transparence, près de **60 %** des professionnels du marketing en Europe déclaraient suivre l'empreinte carbone de leurs campagnes de marketing digital en 2025¹.

Conscient de cette évolution, JCDecaux a décidé d'aller plus loin en proposant, dès 2021, aux annonceurs et agences un calculateur unique et complet, intégrant quatre dimensions :

- L'empreinte carbone, exprimée en émissions de CO₂.
- L'empreinte eau, exprimée en mètres cubes.
- L'empreinte sociale, calculée en nombre d'emplois équivalent temps plein (ETP) soutenus localement.
- L'empreinte économique, traduite en valeur créée dans l'économie nationale.

360 Footprint permet ainsi de mesurer les impacts environnementaux des campagnes ainsi que leurs externalités positives, tout en proposant des leviers d'amélioration concrets.

Du succès de l'outil en France à son déploiement international

Après quatre années d'utilisation en France, les premiers résultats confirment la pertinence et la valeur opérationnelle de 360 Footprint pour les annonceurs. Depuis 2021 à fin 2025, 360 Footprint a analysé plus de **235 campagnes** issues de secteurs variés — luxe, énergie, mobilité ou agroalimentaire — pour près de **50 grands annonceurs**, tels que LVMH, L'Oréal, SNCF Connect, Michelin, le groupe Bel, ou Kering.

Parce que l'accélération et la globalisation des enjeux environnementaux et socio-économiques conduisent à la transformation de nombreux marchés, JCDecaux déploie 360 Footprint à l'international : au Brésil, en Italie et en Allemagne et dans d'autres géographies à partir de 2026.

Une version enrichie de l'outil pour couvrir tous les univers JCDecaux

JCDecaux a lancé une version enrichie de son outil 360 Footprint, qui couvre désormais l'ensemble de ses environnements publicitaires. Cette nouvelle version aide les clients à réduire leur impact et démontre plus que jamais que JCDecaux est un média utile et durable, proposant des solutions concrètes : encres à faible impact, papier certifié ou recyclé, formats et densité d'impression ajustés.

Un levier au service de la Stratégie ESG 2030 de JCDecaux

JCDecaux est depuis toujours un partenaire engagé aux côtés des collectivités, des territoires et des marques, contribuant à améliorer la qualité de vie en ville, grâce à des services durables tels que le mobilier urbain financé par la communication des marques. Le déploiement de 360 Footprint soutient les stratégies ESG et Climat 2030 de JCDecaux, qui visent d'importantes réductions d'émissions en ligne avec son ambition Net Zéro, et s'appuie sur de solides notations extra-financières.

¹ FreeWheel – European Marketers Survey, 2025

Une campagne de communication pour accompagner ce lancement

Pour accompagner le déploiement international du nouveau 360 Footprint, JCDecaux a choisi Publicis Consultants, qui a conçu un plan de communication autour de l'idée que 360 Footprint « mesure ce qui ne voit pas » dans une campagne JCDecaux : l'empreinte carbone et eau, ainsi que les emplois et la valeur économique générés. Ce concept prendra vie sur un mobilier urbain transparent et sera amplifié sur les réseaux sociaux de JCDecaux via de courtes vidéos pédagogiques destinées à engager le marché et les acteurs du secteur.

Lénaïc Pineau, Directrice Développement Durable et Qualité de JCDecaux, a déclaré : « *Avec 360 Footprint, nous renforçons encore notre rôle de pionnier en matière de communication responsable. Seul outil offrant une vision globale de l'impact des campagnes, il ne se limite pas à mesurer : il permet d'engager un dialogue éclairé avec nos clients, nos partenaires et les territoires pour transformer ensemble la manière dont nous concevons la communication et ses impacts.* »

Jean-François Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *360 Footprint incarne la vision de JCDecaux : en tant que média utile et durable, nous faisons de la communication extérieure un levier de transparence et de progrès pour nos clients. Ce déploiement international marque une nouvelle étape de notre engagement à conjuguer innovation et impact positif, tout en posant les bases d'un standard international au service des marques, des citoyens et des territoires.* »

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2024 : 3 935,3 millions d'euros – S1 2025 : 1 868,3 millions d'euros
- N°1 mondial de la communication extérieure
- Une audience journalière de 850 millions de personnes dans plus de 80 pays
- 1 091 811 faces publicitaires dans le monde
- Une présence dans 3 894 villes de plus de 10 000 habitants
- 12 026 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 (11,9) et classé Or par EcoVadis
- 1^{ère} entreprise de communication extérieure à rejoindre le RE100
- Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- N°1 mondial du mobilier urbain (629 737 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 157 aéroports et 257 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (340 848 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (83 472 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (736 310 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (178 010 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (89 526 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (22 490 faces publicitaires)
- N°2 de la communication extérieure au Moyen-Orient (20 689 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