

## Or, Argent et Bronze : JCDecaux Espagne est une nouvelle fois récompensé pour sa créativité aux Cannes Lions

### 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  
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 23 juin 2025 – JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, annonce que JCDecaux Espagne a reçu l'Or et l'Argent aux Cannes Lions, le festival de publicité le plus prestigieux au monde, pour sa campagne « Still Open ». Sa campagne « Meet Marina Prieto » a également reçu un Lion de Bronze.

La campagne « Still Open », en soutien aux entreprises touchées par les inondations à Valence, remporte l'Or dans la catégorie Creative B2B et l'Argent dans la catégorie Outdoor.



La campagne « Still Open », promue par JCDecaux et développée par DAVID Madrid, visait à soutenir et à sensibiliser le public aux difficultés rencontrées par les entreprises touchées par les inondations sévères qui ont frappé Valence en octobre 2024. S'appuyant sur le réseau publicitaire de JCDecaux dans le métro de Madrid, la campagne mettait en avant des photographies de 19 commerces locaux qui peinent encore à rouvrir. Chaque affiche présentait des messages poignants, les portraits des gérants ainsi qu'un QR code renvoyant vers un site web dédié où les passagers pouvaient lire leurs histoires et faire un don. Affichée dans le métro qui est emprunté par plus de 2,5 millions de passagers chaque jour, la campagne a accru la visibilité des entreprises touchées et a participé plus largement à l'effort de reconstruction. En plus d'encourager les dons, le site web a permis à d'autres entreprises de se joindre à la campagne et de relayer d'autres initiatives de solidarité. Avec cette campagne, JCDecaux et DAVID ont fait de la communication extérieure un outil d'aide sociale réelle et directe.

« Meet Marina Prieto », multi-récompensée en 2024, prouve une fois de plus son efficacité créative et reçoit un Lion de Bronze dans la catégorie Stratégie Créative.



JCDecaux Espagne, en partenariat avec DAVID, a également remporté un Lion de Bronze dans la catégorie Stratégie Créative pour sa campagne « Meet Marina Prieto », qui avait reçu 6 prix lors de l'édition 2024 des Cannes Lions, dont le Prix Dan Wieden Titanium,

démontrant cette année l'impact de la communication extérieure et sa capacité à créer de la valeur dans les plans médias des marques.

**Jean-Charles Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré : « Nous sommes très fiers d'avoir remporté l'Or, l'Argent et le Bronze aux Cannes Lions, notamment pour des campagnes mettant en avant des sujets de société importants. Ces prix ne viennent pas seulement récompenser une idée créative. Ils viennent changer les perceptions sur la communication extérieure et valoriser ses atouts : un média puissant au cœur de la vie des gens, fédérateur et capable de générer des interactions durables avec les publics, comme l'a montré avec force la campagne « Still Open » en Espagne. Cette reconnaissance intervient 25 ans après que notre fondateur a été nommé « Homme des Médias de l'Année » en 2000. Une récompense qui venait saluer son esprit pionnier dans la transformation de la communication extérieure, notamment à travers la consolidation avec l'acquisition du Groupe Avenir en 1999 qui avait permis à JCDecaux de devenir numéro un mondial de la communication extérieure en 2011. Nous sommes engagés à mettre notre média au service des grandes causes et c'est un honneur qu'il soit reconnu par le secteur dans des festivals prestigieux tels que celui des Cannes Lions. Au nom du Directoire de JCDecaux, nous adressons toutes nos félicitations à nos équipes espagnoles pour leur succès, qui réaffirme l'excellence de nos filiales dans la création de campagnes au rayonnement international. »

## Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2024 : 3 935,3 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 (13,1) et classé Or par EcoVadis
- 1<sup>ère</sup> 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°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (20 689 faces publicitaires)

Pour plus d'information : [www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com)

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

**Direction de la Communication** : Albert Asséraf  
+33 (0) 1 30 79 79 10 – [albert.asseraf@jcdecaux.com](mailto:albert.asseraf@jcdecaux.com)

**Relations Investisseurs** : Rémi Grisard  
+33 (0) 1 30 79 79 93 – [remi.grisard@jcdecaux.com](mailto:remi.grisard@jcdecaux.com)