

Depuis plus de 10 ans, JCDecaux témoigne sa confiance à GeoConcept SA, concepteur leader de technologies d'**optimisation cartographique** pour les professionnels

Optimisation de la gestion de son parc de panneaux publicitaires - plus de 120 000 en France - et dynamisme des media plannings proposés à ses clients annonceurs sont les deux credo du leader français de la Communication Extérieure



Les besoins de JCDECAUX

Chiffres clés de JCDECAUX

- N°1 mondial du Mobilier Urbain
- N°1 européen de l’Affichage Grand Format
- N°1 mondial de la publicité dans les Aéroports
- 7 900 collaborateurs dans le monde et 3 124 en France
- 715 000 faces publicitaires réparties dans 46 pays
- CA consolidé en 2005 : 1 745,2 millions d’euros

Inventeur du concept de Mobilier urbain en 1964

Le groupe JCDecaux est le seul acteur mondial à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer de multiples facettes :

- le mobilier urbain
- l’affichage grand format
- la publicité dans les transports

Le croisement de données cartographiques et marketing est un besoin fondamental pour un afficheur tel que JCDecaux. La solution recherchée devait répondre à un triple objectif :

Visualiser clairement son patrimoine sur une carte, pour mieux gérer et entretenir le parc de panneaux d’affichage. JCDecaux utilise les bases cartographiques NAVTEQ, fournies par GeoConcept SA.

Etablir des mesures d’audiences. Afin de mieux servir ses clients, JCDecaux développe une véritable expertise

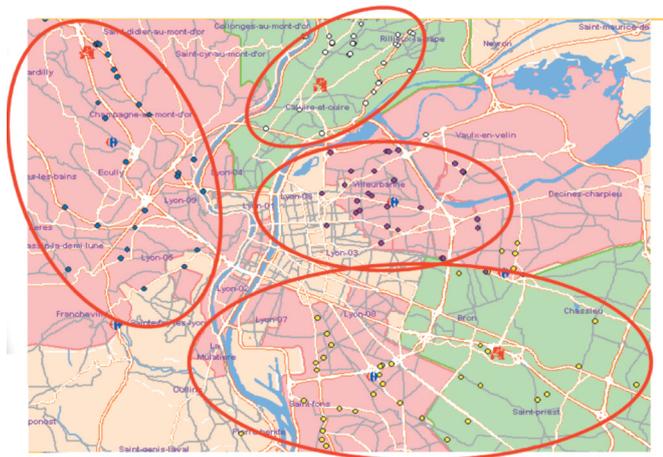


d’audience pour mesurer l’impact de l’affichage sur tout le territoire, et ce, au moyen d’enquêtes de déplacement et grâce aux études de l’Affimétrie (Institut de mesure d’audience de la publicité extérieure).

Construire des réseaux ciblés. Pour cibler en priorité certaines catégories de population, le Géomarketing est devenu un outil incontournable.

Il détermine en effet les emplacements les plus stratégiques en fonction de la mobilité des cibles étudiées et de leurs lieux d’habitat.

La réponse GeoConcept



Etude des aires de clientèle sur l'agglomération lyonnaise

Pour optimiser ses implantations et les campagnes de communication menées auprès de ses clients, GeoConcept SA fournit au service géomarketing de JCDecaux, depuis 1992, la solution **GeoConcept**

Expert qui permet d'affiner les réseaux en fonction d'impératifs de géomarketing comme le ciblage géographique, socio démographique ou comportemental. Ainsi, les technologies GeoConcept permettent :

Aux équipes du patrimoine d'effectuer les mises à jour des structures existantes (travail annuel d'une durée de 6 mois) et de construire de nouveaux réseaux comme « Diva » ou « Le Manager » ;

Aux media planeurs d'élaborer leur offre de ciblage en fonction de critères spécifiques (CSP, zones d'habitation, zones touristiques, etc).

Parallèlement, depuis 2003, les commerciaux utilisent **Geoconcept Multiviewer**, solution embarquée permettant de présenter aux clients des démonstrations dynamiques. Une solution qui équipe aujourd'hui environ 170 commerciaux dont 150 en région.

Un partenariat gagnant et pérenne

« La solution GeoConcept est l'une des clés marketing de la construction de l'offre JCDecaux » affirme Nicolas BONUS, Direction Marketing.

Alliant la rapidité de déploiement et la simplicité d'utilisation à une excellente lisibilité des cartes de support, les solutions GeoConcept continuent de répondre aux attentes de JCDecaux. « L'audience est devenue le nerf de la guerre. Plus que des panneaux, JCDecaux fournit aujourd'hui à ses clients des contacts qualifiés » conclue Nicolas BONUS, Direction Marketing JCDecaux-Avenir.

Depuis 1992, GeoConcept a ainsi permis au service Géomarketing et Commercial de JCDecaux :

D'optimiser chaque campagne d'affichage en sélectionnant uniquement les faces publicitaires du réseau qui toucheront les cibles visées par les annonceurs.

D'augmenter rapidement la rentabilité de chaque parc publicitaire, grâce à une connaissance précise de l'impact de chaque panneau sur les cibles considérées.

De développer et de tester de nouvelles générations de supports publicitaires sur de nouvelles cibles et sur des zones géographiques qualifiées.

Fort du succès de ce partenariat en France, JCDecaux a également choisi de s'équiper des solutions GeoConcept en Allemagne.