

## JCDecaux fait entrer le DOOH dans l'ère du Data-planning par la digitalisation des vitrines de Monoprix.

**Enseigne phare de la distribution de proximité en France, Monoprix a choisi JCDecaux pour déployer ses premières vitrines digitales. Dès fin juin, JCDecaux proposera une offre Digitale OOH inédite dans 100 magasins Monoprix et Monop' à Paris et dans la région capitale.**

Ce nouveau dispositif est le fruit 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.

Fort de son ancrage historique dans le paysage urbain du Grand Paris, Monoprix joue la complicité dans le quotidien des consommateurs, avec des services innovants et utiles.

Fin juin, JCDecaux installera les 100 premiers écrans digitaux dans les points de vente Monoprix sélectionnés dans Paris et dans la région capitale (Neuilly-sur-Seine, Levallois-Perret, Courbevoie, Montrouge, Asnières, Vincennes, Versailles, ...). D'un format de 85'' full HD, une première pour ce type de dispositif en France, les 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. Ces points de vente comptabilisent en moyenne près de 3 millions de passages en caisse chaque semaine et l'audience des écrans sera de plus de 50% de la population sur la zone couverte. Par la suite, cette nouvelle offre Digital OOH Monoprix sera étendue en régions.

Dans le cadre de ce partenariat, Monoprix partagera pour la première fois ses données transactionnelles, dans le strict respect des règles en matière de protection des données personnelles telles que désormais renforcées, par le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), ce qui permettra à JCDecaux de concevoir des campagnes optimisées par un Data-planning sans précédent 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.

Dédié pour 60% à la communication des annonceurs et pour 40% à celle de l'enseigne, DOOH Monoprix offre à tous les annonceurs la possibilité unique d'émerger au sein des mobilités urbaines du Grand Paris et de communiquer, en digital, de manière qualitative et contextualisée au cœur du parcours shopper.

**Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré: « Nous sommes fiers d'accompagner Monoprix, enseigne emblématique de la distribution de proximité, dans la réalisation de ce dispositif digital d'exception. La richesse des données partagées par Monoprix et la puissance de notre plateforme d'audience planning projette cette offre inédite dans l'ère du data-planning. »**



### A propos de JCDecaux

JCDecaux, N°1 mondial de la communication extérieure, est aujourd'hui présent dans plus de 80 pays et 4 033 villes de plus de 10 000 habitants, et joue un rôle majeur dans la transformation des univers urbains. Tout a commencé en 1964 lorsque Jean-Claude Decaux installe les premiers abribus publicitaires à Lyon, poussé par la volonté d'embellir les villes en y installant gratuitement du mobilier urbain en échange de l'exclusivité de son exploitation publicitaire à des emplacements privilégiés. Depuis plus de 50 ans, les produits et services proposés aux villes par JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d'écoconception, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. Grâce au savoir-faire de ses collaborateurs, l'excellence des réalisations du Groupe, notamment en matière d'entretien et la maintenance, est reconnue mondialement par les villes, les autorités aéroportuaires et de transports, ainsi que les annonceurs.

JCDecaux est le seul acteur mondial à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format.

Pionnier en matière de communication extérieure digitale, JCDecaux offre aux annonceurs d'immenses opportunités créatives et une grande flexibilité, grâce à des campagnes sur-mesure et ciblées.

Avec près de 60 000 écrans publicitaires digitaux dans le monde, JCDecaux déploie une nouvelle expérience de communication pour les marques. Elle s'appuie sur la dynamique de messages thématiques, ciblés, affinitaires et en temps réel. Désormais, les frontières du temps et de l'espace s'effacent au profit d'une communication contextuelle, permettant de plus interagir en direct avec les individus ou encore avec les réseaux sociaux.

### A propos de Monoprix

Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers 3 formats d'enseigne (Monoprix, monop' et Naturalia). Monoprix opère environ 800 magasins, compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2017, 5 milliards d'euros d'activités. Pionnier de la livraison à domicile développée par l'enseigne dès 1990, Monoprix réalise aujourd'hui plus de 3 millions de livraisons par an, dans plus de 150 villes en France. Après avoir créé le click and collect il y a plus de 3 ans, la marque innove pour toujours plus de service clients avec 'shop and go' (lâché de caddie en magasin puis livraison et paiement à domicile), 'shop1h' (livraison à pied en moins d'1 heure), 'shop and give' (don alimentaire et recyclage d'ampoules et piles à domicile), 'monop'easy' (paiement sur smartphone sans passage en caisse), liste de courses intelligente. Le plaisir des courses sans la contrainte. Pour plus d'informations, [entreprise.monoprix.fr](http://entreprise.monoprix.fr).

### Contact presse :

**Estelle Ardouin** - Tél. : 01 30 79 34 48 - [estelle.ardouin@jcdecaux.com](mailto:estelle.ardouin@jcdecaux.com)