

Communiqué de presse
Paris, le 22 octobre 2025

**Orpi inaugure la solution The mAlker par Doohde et déploie
une campagne ultra-contextualisée en communication extérieure avec JCDecaux et dentsu X**



Orpi, premier réseau immobilier en France en nombre d'agences, lance actuellement la plus grande campagne contextualisée jamais réalisée en France en mobilier urbain 2m², grâce à sa collaboration inédite avec JCDecaux, dentsu X et la startup Doohde. Pensée pour mettre en valeur chaque agence du réseau Orpi, soit plus de 1 250 points de vente, cette campagne en communication extérieure illustre une nouvelle manière de concevoir l'expérience de marque, en renforçant la proximité de l'enseigne avec chaque Français, au moment de leur projet immobilier.

Après une phase de test concluante en juin dernier, Orpi a fait confiance à la solution The mAlker, développée par Doohde en partenariat avec JCDecaux, pour organiser la personnalisation des affiches pour chaque associé Orpi et coordonner la préparation de la campagne.

Avec l'appui de la solution innovante The mAlker, les équipes communication et marketing d'Orpi ont pu se concentrer sur l'essentiel avec un pool de créatifs : imaginer et concevoir en interne une campagne unique, avec des accroches ultra-localisées et percutantes. La partie exécution a été optimisée grâce à un processus automatisé alimenté par plusieurs IA permettant aux équipes de dégager du temps pour la création. Une fois les messages définis, les adresses associées, un méta-fichier de données a été intégré dans la plateforme. Celle-ci a ainsi généré automatiquement plus de 1 250 affiches personnalisées en un temps record. La solution a également permis d'adapter

instantanément des visuels à tous les formats définis dans le plan média : affiches 2m² et 8m², dispositifs DOOH et contenus sur mobile et réseaux sociaux, garantissant une cohérence parfaite sur l'ensemble des supports.

La campagne en mobilier urbain 2m² a été orchestrée par dentsu X et incarne pleinement l'ambition de l'agence de créer des expériences innovantes qui bousculent les codes du marché et réinventent la relation entre les marques et leurs publics. L'opération est déployée à grande échelle, du 22 octobre au 18 novembre, sur l'ensemble du territoire national grâce à l'excellence opérationnelle de JCDecaux. Chaque mobilier urbain sélectionné affiche un visuel personnalisé démontrant la grande réactivité et la précision d'exécution de JCDecaux. Cette performance logistique s'accompagne d'une capacité unique à concevoir des campagnes hyper géolocalisées, grâce à la puissance des outils de JCDecaux, la pertinence de son média et l'expertise de ses équipes, pour toucher les bonnes audiences, aux bons endroits, au bon moment.

Guillaume Martinaud, Président de la coopérative Orpi, a déclaré : *« Cette campagne illustre parfaitement notre ADN : la proximité et l'innovation au service de chaque agence et de chaque client. Grâce à la collaboration avec JCDecaux, Doohde et dentsu X, nous avons pu personnaliser plus de 1 200 affiches, tout en renforçant la cohérence et la puissance de la marque Orpi sur tout le territoire. »*

Lucie Lorant, Responsable Communication et Marketing Opérationnel d'Orpi, a déclaré : *« Ce projet a été un véritable défi opérationnel, relevé avec succès grâce à la synergie établie entre nos partenaires (Doohde, JCDecaux, dentsu X) et l'investissement des équipes en interne. En quelques semaines, nous avons pu concevoir une campagne 100% personnalisée à l'échelle des agences, générer et adapter automatiquement plus de 1 200 visuels personnalisés, et couvrir l'ensemble des formats de notre plan média. Cette approche industrialisée, appuyée par l'IA, nous a permis de gagner en efficacité tout en garantissant une parfaite cohérence entre les messages nationaux et la réalité locale de chaque agence. »*

Arnaud Sieux, co-fondateur Doohde, a déclaré : *« Auparavant, le temps de création de plus de 1 200 affiches totalement personnalisées aurait demandé des semaines et une forte mobilisation de ressources. Aujourd'hui, avec The mAlker, ce même temps se mesure en minutes avec un processus 100% online réduisant considérablement les intervenants. Un grand merci à Damien Duchaussoy qui a initié ce projet et a su voir le potentiel de notre application. »*

David Bayoud, Directeur associé de dentsu X, a déclaré : *« Cette campagne est une parfaite illustration de notre approche chez dentsu X : dépasser le média classique pour concevoir des expériences de marque qui bousculent les modèles du marché. En orchestrant un dispositif ultra-contextualisé à l'échelle nationale, nous avons démontré comment l'innovation technologique, la personnalisation créative et la puissance média peuvent converger pour créer une expérience locale, à la fois pertinente et différenciante. »*

Frédéric Marin, Directeur Commercial de JCDecaux, a déclaré : *« Nous sommes ravis de cette première avec Orpi, Doohde et dentsu X à l'échelle nationale autour de la solution The mAlker. Cette technologie permet une personnalisation et une adaptation des affiches par les points de vente, dans un cadre maîtrisé par la tête de réseau, pour des campagnes contextualisées, ultra-locales et déployées en un temps record. C'est une nouvelle étape pour rendre notre média toujours plus accessible, notamment aux enseignes à réseaux qui recherchent de l'impact et de la réactivité. »*

À propos de Orpi

Avec plus de 1 250 points de vente et 8 200 collaborateurs, Orpi est aujourd'hui un acteur incontournable et est le leader de son secteur en nombre de points de vente. Créé en 1966 à l'initiative de plusieurs agents immobiliers qui décident de mettre en commun leur fichier de biens, Orpi est le premier réseau historique immobilier en France. La singularité d'Orpi réside dans son organisation en coopérative. Ce sont plus de 900 associés qui partagent les valeurs coopératives de solidarité, de partage et d'engagement. Orpi se positionne comme facilitateur de projets pour ses clients : vendeurs, acquéreurs, bailleurs, locataires, syndic de copropriétés.

À propos de Doohde

Doohde est une startup évoluant dans le secteur de la communication extérieure, qui crée des plateformes technologiques pour faciliter la création de contenus, qu'il s'agisse d'affiches ou de spots publicitaires.

À propos de dentsu X :

Dentsu X est l'agence média de l'expérience, lancée en 2018 par le groupe dentsu. Elle se distingue par son approche inédite centrée sur l'identification et l'appréhension des motivations consommateurs pour garantir la meilleure expérience entre les marques et leurs cibles de communication. Grâce à une expertise forte en data, en technologie et des outils uniques, dentsu X accompagne les marques dans la création de solutions de communication intégrées et personnalisées qui répondent à la demande des consommateurs tout au long du parcours d'achat.

Dentsu X dispose de 29 bureaux répartis sur 17 marchés avec plus de 1 500 experts dans le monde.

Contact dentsu communication groupe :

Gregory Guyot | communication dentsu France | gregory.guyot@dentsu.com

À propos de dentsu France :

Fondé en 1901 à Tokyo et présent dans plus de 110 pays, dentsu figure parmi les 5 premiers groupes de communication au monde. Sous la direction de Pierre Calmard, la branche française du groupe compte plus de 900 collaborateurs à Paris et en régions et accompagne plus de 350 clients. Créateur d'écosystèmes communicationnels intégrés, nourris par les technologies et la data, dentsu repousse les limites de l'innovation au service de la croissance harmonieuse, transformative et durable des marques.

Agile et sans silo, le groupe fonde sa valeur sur un portefeuille d'expertises end-to-end, du média à la création, en passant par le CXM. Dentsu se compose de 3 agences médias (iProspect, Carat, dentsu X), d'une agence de création (Dentsu Creative), et d'expertises transverses (dentsu insights, dentsu trading, dentsu public etc.). Dentsu France, en tant que premier groupe de communication français à mission, s'engage à « choisir de concevoir la communication comme un vecteur d'harmonie sociale et environnementale » afin de pérenniser un modèle publicitaire à impact, réconciliant transformation business (BX) et responsabilité.

Dentsu, Innovating to Impact.

Contact dentsu communication groupe & agences :

Gregory Guyot | communication dentsu France | gregory.guyot@dentsu.com

À propos de JCDecaux

JCDecaux est le N°1 mondial de la communication extérieure, présent dans plus de 80 pays et 3 894 villes de plus de 10 000 habitants, et en développe toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format. Depuis plus de 60 ans, les produits de JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d'innovation, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. A l'heure des villes intelligentes, JCDecaux se positionne pour en être l'un des acteurs majeurs et participe d'ores et déjà à l'émergence d'une ville connectée toujours plus humaine, ouverte et durable. JCDecaux pratique et promeut la communication extérieure responsable et place plus que jamais l'exigence sociale et la qualité environnementale au cœur de ses solutions et de ses métiers. Dans le cadre de sa feuille de route RSE 2030, JCDecaux a formalisé une Stratégie Climat ambitieuse alignée sur les objectifs de l'Accord de Paris en vue d'atteindre le Net Zéro Carbone en 2050. Cette politique découle de la volonté de JCDecaux de participer à l'atténuation du changement climatique à l'échelle mondiale tout en répondant aux ODD (Objectifs de Développement Durable) définis par l'ONU. 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.

Contact Presse JCDecaux : Clémentine Prat – 01 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com

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