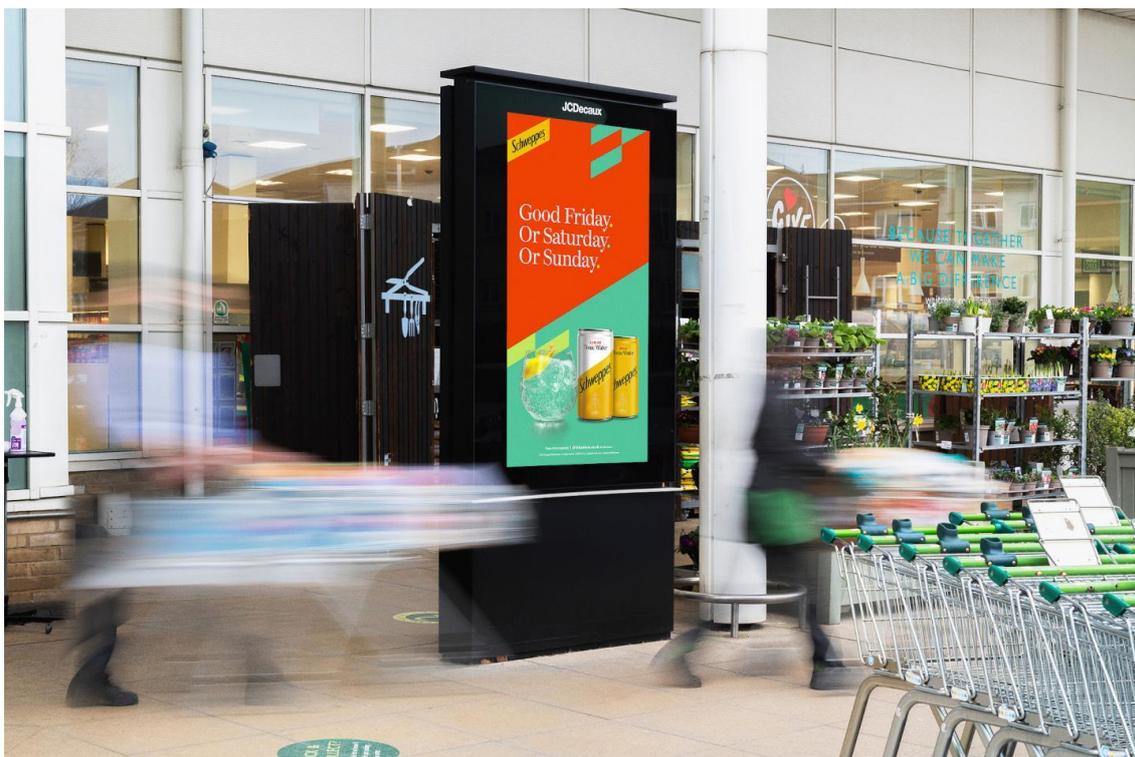


Depois da França e da Bélgica, a JCDecaux assina um contrato com o Grupo Carrefour Brasil para oferecer o melhor do Digital Out-of-Home (DOOH) ao *Retail Media*

Além de ampliar a cobertura da JCDecaux no Brasil, esta parceria consolida a utilização da inteligência de dados no Digital Out-of-Home (DOOH) do maior retalhista do país



Crédito: JCDecaux/Divulgação

São Paulo, Abril de 2023 - A JCDecaux, líder mundial em Out-of-Home (OOH), anuncia a assinatura de um contrato com o Grupo Carrefour Brasil – maior distribuidor do país – com foco na oferta de Digital Out-of-Home (DOOH) Retail Media, enriquecida pela análise de dados. Esta nova actividade fortalece a perícia da JCDecaux no Brasil, que propõe a maior oferta nacional de mobiliário urbano, com mais de 18.000 faces publicitárias estrategicamente posicionadas em 11 grandes cidades.

A instalação dos novos equipamentos ocorrerá de forma gradual, a partir do segundo semestre de 2023 e a JCDecaux passará a contar com 300 novos ecrãs em 90 hipermercados, localizados nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Goiás. Além de reforçar a presença da JCDecaux no Sudeste e de se estrear num novo segmento de actividade, esta parceria também marca a presença da empresa em grandes cidades do Sul e do Centro-Oeste, e permite-lhe assim ligar a JCDecaux aos territórios que mais contribuem para o PIB do Brasil.

Com foco no impacto qualificado das audiências, a nova operação vai melhorar o percurso dos clientes ao oferecer os mais altos padrões internacionais em publicidade OOH ao mercado do Retalho e do grande Consumo. Tudo isto será possível graças às soluções *Data* da JCDecaux que permitem aos anunciantes planejar, medir e envolverem-se nas campanhas para obterem os melhores resultados.

A oferta demonstra ainda a capacidade de inovação da JCDecaux no Brasil ao propor um ecossistema virtuoso ao distribuidor, as marcas e o consumidor, baseado na análise diária de dados anónimos das transacções em loja. Ao cruzar estes com outros dados, tais como o tráfego do metro e os fluxos relativos ao mobiliário urbano, a JCDecaux combina uma oferta de dados extremamente relevante para os anunciantes, permitindo uma operação cada vez mais eficaz e assertiva a partir da abordagem *Data as a Service* (DaaS).

A novidade foi celebrada por Jean-Charles Decaux, Presidente do Directório e Co-Director Geral da JCDecaux: "Temos o prazer de reforçar a nossa parceria com o Grupo Carrefour Brasil, depois de lançarmos as nossas soluções DOOH nas lojas deste retalhista em França e na Bélgica, que se têm mostrado eficazes no ecossistema multicanal da rede líder mundial no comércio alimentar. Estes canais permitem que os anunciantes comuniquem o mais próximo possível do ponto de compra. Assim, o DOOH é uma solução eficaz porque lança campanhas baseadas em dados de transacção contextualizados e geolocalizados, impulsionando a capacidade de resposta e, conseqüentemente, as vendas. Ainda em linha com os nossos compromissos, a JCDecaux oferecerá os ecrãs mais eficientes no que diz respeito à qualidade, energia e vida útil, à semelhança das nossas soluções digitais já implantadas no Brasil, bem como em outros mercados".

De acordo com a Ana Célia Biondi, Directora Geral da JCDecaux Brasil, este é um passo inédito que marca a expansão da JCDecaux no país. "Ao oferecer mais uma opção de meios para compor diferentes estratégias de campanhas, na verdade, estamos a trazer para o Brasil, a primeira solução de Retail Media 100% orientada por dados que permitem conversar com as cidades e com as pessoas. Agora, podemos acompanhar as audiências em todo os seus percursos e itinerários que venham a percorrer, e definir cada campanha de um modo hiper personalizado e único. É com este tipo de soluções, baseadas em dados concretos, que vamos fazer com que a tomada de decisão seja cada vez mais assertiva".

"Para o Grupo Carrefour Brasil assinar um contrato com a JCDecaux é mais uma das iniciativas em prol da transformação digital que temos como missão acelerar nos próximos 5 anos. Vamos trazer um novo canal de meios, o DOOH, para o nosso ecossistema de lojas em Hipermercados, algo ainda não explorado por cá", diz Samuel James, CDO do Grupo Carrefour Brasil. "Este projecto de DOOH para as nossas lojas em Hipermercados completa a nossa estratégia de Retail Media. Dotar as nossas lojas

com meios digitais é dar mais um passo na digitalização do percurso de compras em loja, que permite dirigir mensagens publicitárias aos consumidores, de um modo eficaz, e alinhado com o seu momento de consumo. Esta parceria não poderia ser com outro player que não a JCDecaux", acrescenta Cristiana Leal, Directora de Retail Media & Monetização de Dados do Grupo Carrefour Brasil.

O novo contrato oferece meios de retalho DOOH ao mercado brasileiro, já consolidados noutros países: nas lojas de conveniência do Grupo Carrefour em França e lojas parisienses; com foco nas 100 maiores lojas locais do Grupo Carrefour da Bélgica; e no Reino Unido. Assim como no exterior, a empresa vai oferecer soluções em Retail Media DOOH que abrangem todas as etapas da cadeia de valor: desde o design, instalação e manutenção dos ecrãs digitais; a selecção de localizações para uma audiência maximizada e qualitativa; o planeamento de meios e marketing do espaço publicitário; a distribuição de campanhas; além de análise pós-campanha e desempenho de conversão.

Sobre o Grupo Carrefour Brasil

Há 47 anos no país, o Grupo Carrefour Brasil é líder da distribuição alimentar. A partir de uma plataforma omnicanal e multiformato, reúne operações de distribuição e Cash & Carry, o clube de Shopping com o Sam's Club, além do Banco Carrefour e do seu centro imobiliário, o Carrefour Property. Actualmente, conta com os formatos Carrefour (hipermercado), Carrefour Bairro, Carrefour Market (supermercado), Carrefour Express (comércio de proximidade), Carrefour.com (e-commerce), Atacado e Maxxi (comércio grossista e de self-service), Sam's Club (vendas privadas), TodoDia (supermercado de descontos), Bom Preço e Nacional (supermercados), além de postos de abastecimento de combustíveis e farmácias. Presente em todos os Estados e no Distrito Federal, a sua exploração já abrange mais de mil pontos de vendas. Maior empregadora privada do país, a empresa é a segunda maior nos países em que o Grupo Carrefour opera e uma das 20 maiores empresas listadas na bolsa brasileira (B3). Clique [aqui](#) e conheça mais sobre o Grupo.

Sobre a JCDecaux

Líder mundial em Comunicação Exterior, a JCDecaux é uma empresa de origem francesa que oferece soluções publicitárias através de mobiliários urbanos que integram cidades, aeroportos, transportes, centros comerciais e grandes formatos. Presente em mais de 3 500 cidades e 80 países, o impacto da empresa ultrapassa a marca de 850 milhões de pessoas todos os dias. No Brasil há mais de 20 anos, a JCDecaux consolidou-se como líder do mercado OOH, opera em 9 estados do Brasil além do Distrito Federal, através do investimento na digitalização dos seus activos e na inteligência de dados para desenvolver projectos em meios cada vez mais assertivos e mensuráveis. Para mais informações sobre a JCDecaux Brasil, visite www.jcdecaux.com.br e siga as redes oficiais do Grupo JCDecaux no [Twitter](#), [Linkedin](#), [Facebook](#), [Instagram](#) e [Youtube](#)

Resultados de 2022 – Números-chave

- Volume de negócios em 2022: 3 317 milhões de euros (a)
- Nº1 mundial da comunicação exterior

- Audiência diária de mais de 850 milhões de pessoas em mais de 80 países
- 957.706 faces publicitárias a nível mundial
- Presente em 3.518 cidades com mais de 10.000 habitantes
- 10.720 colaboradores
- Cotada na Eurolist da Euronext Paris e integrante dos índices Euronext 100 e Euronext Empresas Familiares

- Reconhecida pelo seu desempenho extra financeiro nas classificações FTSE4Good (3,6/5), CDP (Liderança A-), MSCI (AA) e Medalha de Platina da EcoVadis
- Primeira empresa de Comunicação Exterior a ter aderido ao RE100 (compromisso para 100% de energias renováveis)
- Líder da bicicleta em livre serviço: pioneira da modalidade suave
- Nº 1 mundial em mobiliário urbano (530.143 faces publicitárias)
- Nº 1 mundial em publicidade em transportes públicos, com 154 aeroportos e 215 contratos referentes a linhas de metro, autocarros e comboios (340.753 faces publicitárias)
- Nº 1 europeu do grande formato (72.611 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na Europa (596.831 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na Ásia-Pacífico (232.268 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na América Latina (64.893 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na África (20.808 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior no Médio Oriente (14.177 faces publicitárias)

(a) VN ajustado

Mais informações: FleishmanHillard Brasil

Daniela Farina | daniela.farina@fleishman.com.br

Guilherme Avila | guilherme.avila@fleishman.com.br

Grupo Carrefour Brasil - (11) 94195-4592 | imprensacarrefour@loures.com.br