

## JCDecaux Top Media gana la concesión publicitaria exclusiva del Aeropuerto Internacional de Tocumen en Panamá

**Paris, 15 de junio 2017** – JCDecaux S.A. (Euronext Paris: DEC), número uno mundial de la comunicación exterior, anuncia hoy que su filial JCDecaux Top Media ganó el contrato exclusivo de la publicidad en el Aeropuerto Internacional de Tocumen en la Ciudad de Panamá, tras una licitación pública.

Aeropuerto Internacional de Tocumen S.A (AITSA) depositó su confianza en JCDecaux y Top Media, que concluyeron una fusión el 23 de diciembre de 2016, para hacerse cargo, a partir del 1<sup>er</sup> de agosto de 2017 de la instalación, operación y comercialización de los dispositivos publicitarios en los interiores, exteriores, aeropasillos y vías de acceso de la Terminal 1 y de la futura Terminal 2, todavía en proceso de construcción y que se espera inicie su operación en el 2018.

Asociando el *Know-How* de JCDecaux, número uno mundial de la publicidad en aeropuertos, al expertise de Aerotop, filial de Top Media y actual concesionario de la publicidad en el Aeropuerto Internacional de Tocumen, la empresa conjunta JCDecaux Top Media propondrá a los anunciantes una oferta totalmente repensada, orientada hacia productos digitales, innovación, formatos de gran impacto y servicio a los pasajeros, acompañando el desarrollo de AITSA para concretar sus ambiciones comerciales.

HUB de la Compañía Panameña Copa Airlines, el Aeropuerto Internacional de Tocumen es el primer aeropuerto centroamericano con 14,7 millones de pasajeros en 2016 y uno de los principales centros de conexiones de las Américas y el Caribe con un 70% de los pasajeros en tránsito. Tiene vuelos hacia 83 destinos en 29 países de las Américas y Europa y el aeropuerto alcanzará 26 millones de pasajeros y acomodará vuelos del A-380 una vez la Terminal 2 estará funcionando.

Con este nuevo contrato, JCDecaux entra en un 4<sup>o</sup> aeropuerto del TOP 10 latinoamericano tras haber ganado, en menos de 2 años, las concesiones publicitarias de los aeropuertos internacionales de Lima (Perú), Rio de Janeiro y Brasilia (Brasil) y consolida su presencia global inigualable en 222 aeropuertos en 37 países, de los cuales 12 se encuentran en el TOP 20 mundial.

Gracias a su red única y con el objetivo de proponer a los anunciantes y a sus agencias ofertas Premium cada vez más pertinentes y enfocadas que conectan distintos universos - aeropuertos, transportes urbanos y ciudades alrededor del mundo, JCDecaux llevó a cabo una reflexión inédita sobre la eficacia de la publicidad en aeropuertos. Publicado el 27 de octubre del 2016, "Global Shopper Connections 2" es un estudio internacional que analiza los hábitos de compra de los Global Shoppers más afluentes, sus preferencias de marcas y sus motivaciones cuando viajan al extranjero.

**Franklin Carrillo Vicepresidente de Marketing de AITSA**, declaró: *"Nos alegra mucho contar con la experiencia de JCDecaux Top Media para instaurar una oferta publicitaria novedosa y moderna en Tocumen, que enriquecerá la experiencia de nuestros pasajeros y que nos posicionará entre los aeropuertos de clase mundial al nivel comercial. Nuestras ambiciones están totalmente alineadas con el nuevo operador y confiamos plenamente en su capacidad para acompañar el rápido crecimiento del HUB de las Américas."*

**Jean-Charles Decaux, Co-Director General de JCDecaux**, declaró: *“Estamos muy orgullosos de haber ganado la concesión exclusiva del aeropuerto internacional de Panamá, verdadero HUB en América Latina, con grandes ambiciones de crecimiento y modernización. Nos alegra mucho poner a disposición de AITSA el expertise, la excelencia operacional, el conocimiento del mercado y la fuerza comercial combinados de JCDecaux y Top Media dentro de JCDecaux Top Media, con el fin de implementar una oferta publicitaria innovadora y premium, que beneficiará tanto a los pasajeros como a los anunciantes y sus marcas. Con este nuevo contrato, JCDecaux afirma una vez más su capacidad de ser socio de los aeropuertos más ambiciosos, conseguir oportunidades de crecimiento orgánico y consolidar el sector de la comunicación exterior en América Latina.”*

#### **Cifras clave del Grupo**

- Facturación 2016: 3,393m€
- JCDecaux cotiza en la Eurolist de Euronext París y forma parte del índice Euronext 100
- JCDecaux forma parte del índice FTSE4Good
- N°1 mundial del mobiliario urbano (559.070 caras publicitarias)
- N°1 mundial de la publicidad en los aeropuertos con más de 220 aeropuertos y 260 contratos de transporte en los metros, autobuses, trenes y tranvías (354.680 caras publicitarias)
- N°1 europeo del gran formato (169.860 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en Europa (721.130 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en Asia Pacífico (219.310 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en América Latina (70.680 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en África (29.820 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en El Oriente Medio (16.230 caras publicitarias)
- N°1 mundial de la bicicleta en libre servicio: pionero de la movilidad sostenible
- 1.117.890 caras publicitarias en más de 75 países
- Con presencia en 4.280 ciudades de más de 10.000 habitantes
- Audiencia diaria: más de 410 millones de personas
- 13.030 colaboradores

#### **Dirección General América Latina**

Departamento Marketing y Comunicaciones  
[comunicacionlatam@jcdecaux.com](mailto:comunicacionlatam@jcdecaux.com)