

In Zusammenarbeit mit Jackie Lombard und AEG Presents begleitet JCDecaux die Rückkehr von Céline Dion auf die Bühne in Frankreich und weltweit.

Out of Home Media

Angola
Australia
Austria
Bahrain
Belgium
Botswana
Brazil
Bulgaria
Cameroon
Canada
Chile
China
Colombia
Costa Rica
Croatia
Czech Republic
Denmark
Ecuador
El Salvador
Estonia
Eswatini
Finland
France
Gabon
Germany
Guatemala
Honduras
Hungary
India
Ireland
Israel
Italy
Ivory Coast
Japan
Jordan
Kazakhstan
Kuwait
Latvia
Lesotho
Lithuania
Luxembourg
Malawi
Mauritius
Mexico
Mongolia
Mozambique
Myanmar
Namibia
New Zealand
Nicaragua
Nigeria
Norway
Oman
Panama
Paraguay
Peru
Poland
Portugal
Qatar
Saudi Arabia
Singapore
Slovakia
Slovenia
South Africa
South Korea
Spain
Sweden
Switzerland
Tanzania
Thailand
The Dominican Republic
The Netherlands
Ukraine
United Arab Emirates
United Kingdom
United States
Uruguay
Uzbekistan
Zambia
Zimbabwe

Paris, 30. März 2026 – JCDecaux SE (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, unterstützt die lang erwartete Rückkehr von Céline Dion auf die Bühne mit einer groß angelegten Teaser- und Revealkampagne. Die Kampagne erreichte heute Abend um 21:10 Uhr auf dem Eiffelturm ihren Höhepunkt und wird ab dem 31. März in Frankreich und auf der ganzen Welt fortgesetzt.

Seit dem 23. März summt Paris leise nur ein paar Worte: **“My Heart Will Go On”, “Pour que tu m’aimes encore”, “Encore un soir”, “S’il suffisait d’aimer”, “The Power of Love”**. Diese ikonischen Lieder, die fest in unserem gemeinsamen kulturellen Gedächtnis verankert sind, wurden ohne Logo oder Slogan auf den Display-Fahnenmasten von JCDecaux **an den belebtesten Standorten der Stadt** gezeigt. Sie verliehen Paris förmlich ein neues Gesicht und überraschten die Menschen mitten in ihrem Alltag – sei es beim Spaziergang, beim Pendeln oder auf dem Weg zum nächsten Meeting. Diese minimalistischen Kreationen verzichteten vollständig auf Darstellungen der Künstlerin und ließen stattdessen die Lieder für sich sprechen: Sie riefen somit bei Millionen Fans intensive Erinnerungen und Emotionen hervor. Innerhalb weniger Tage nahm die Stadt diese Schatzsuche begeistert auf: Hunderttausende von Posts im Netz und in den sozialen Medien – darunter mehr als 300.000 Reaktionen und Kommentare auf Instagram – sowie eine umfassende Berichterstattung in französischen und internationalen Medien zeugten von der außergewöhnlichen Vorfreude auf diese Rückkehr auf die Bühne.

Heute Abend um 21:10 Uhr wurde die lang ersehnte Rückkehr von Céline Dion auf die Bühne offiziell vom Eiffelturm aus verkündet, die an ihren Auftritt bei der Eröffnungsfeier der Olympischen Spiele 2024 in Paris anknüpft. Céline Dion wird im Rahmen einer Konzertreihe in der Paris La Défense Arena auftreten und die französische Hauptstadt damit zur Bühne für ein weltweites Publikum machen.

Um diese Bekanntgabe zu unterstützen, wechseln die Anlagen von JCDecaux ab dem 31. März vom Teasing zur vollständigen Enthüllung:

- **In Paris und im Großraum Paris** werden die rätselhaften Werbebotschaften den offiziellen Tourplakaten weichen. Diese werden großflächig auf Morris® -Säulen, Display-Fahnenmasten und einem Riesenposter am Boulevard Périphérique auf Höhe der Porte de Saint-Ouen präsentiert werden.
- **In ganz Frankreich** wird die Kampagne auf Morris®-Säulen sowie auf einem spektakulären Werbebanner an der Fassade des Hôtel de la Marine in Bordeaux präsentiert. Lokale Out-of-Home-Netzwerke in Lille, Lyon und Marseille sorgen zudem dafür, dass die Tour-Ankündigung auch in den weiteren französischen Metropolen für die Menschen erlebbar wird.
- **International** wird die Kampagne in digitaler Form fortgeführt: Mehrere hundert Screens in großen Metropolregionen sowie digitale Werbeflächen in New York, Brüssel, Berlin, Hamburg, Rom, London und Los Angeles werden – ergänzt durch Displays in Madrider Shopping-Centern sowie in Einkaufszentren, Bahnhöfen und am Flughafen in Luxemburg – dazu beitragen, diesem Comeback weltweite Resonanz zu verleihen.

Durch diese nahtlos mit Jackie Lombard und AEG Presents abgestimmte Kampagne bekräftigt JCDecaux seine Position als Schlüsselpartner für kulturelle Großereignisse. Sie demonstriert eindrucksvoll die besondere Stärke von Out-of-Home-Medien, Meilensteine im öffentlichen Raum zu setzen und den urbanen Alltag zu einem gemeinschaftlichen Erlebnis zu machen.

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-CEO of JCDecaux: *“Getragen von der starken, vertrauensvollen Partnerschaft mit Jackie Lombard und AEG Presents ist es uns eine große Ehre, die spektakuläre Rückkehr von Céline Dion auf die Bühne zu unterstützen. Ihre Songs begleiten den Alltag von Millionen von Menschen auf der ganzen Welt. Diese einzigartige Kampagne entsprach voll und ganz dem Wesen der Außenwerbung: Allgemein bekannte Songtitel, die in ganz Paris auf unseren Display-Fahnenmasten – einem unverwechselbaren und wirkungsvollen Medium –*

JCDecaux SE

United Kingdom: 27 Sale Place - London W2 1YR - Tel.: +44 (0)20 7298 8000

Head Office: 17, rue Soyser - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tel.: +33 (0)1 30 79 79 79

www.jcdecaux.com

A European Company with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,264,372,84 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

präsentiert wurden, erzeugten innerhalb weniger Stunden weltweite Aufmerksamkeit und befeuerten die Gespräche im echten Leben, in der Presse sowie in den sozialen Medien. JCDecaux, das Medium der Stadt und des täglichen Lebens, bietet Marken die Macht einer gemeinschaftlich erlebbaren Sichtbarkeit. Wir sind stolz darauf, für Überraschung gesorgt, neue Magie in die Straßen gebracht und diese Ankündigung im öffentlichen Raum verstärkt zu haben – einem Raum, der zur ersten Bühne für dieses lang ersehnte Comeback wurde.“

Kennzahlen JCDecaux

- Umsatz im Geschäftsjahr 2025: 3.967,1 Mio. €
- Nummer eins der Out-of-Home-Medien weltweit
- Erreicht täglich 850 Millionen Menschen in 79 Ländern
- 1.105.906 Werbeflächen weltweit
- Präsenz in 3.895 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 11.894 Mitarbeiter
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und ist Teil der Indizes SBF 120 und CAC Mid 60
- Der Fahrplan der JCDecaux Gruppe zur Reduktion der CO2-Emissionen wurde vom SBTi genehmigt und das Unternehmen wurde in den Euronext Paris CAC® SBT 1.5° Index aufgenommen
- JCDecaux ist für seine nicht-finanzielle Performance in den Ratings von CDP (A), MSCI (AAA) sowie Sustainalytics (11,1) gelistet und wurde von EcoVadis mit einer Goldmedaille ausgezeichnet.
- Mitglied des UN Global Compact seit 2015 und seit 2019 Mitglied der Initiative RE100.
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (636.625 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an 154 Flughäfen und mit 257 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (374.718 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (94.562 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (740.067 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (168.815 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (103.865 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (31.364 Werbeflächen)
- Nr. 2 der Außenwerbung im Nahen Osten (20.852 Werbeflächen)

Mehr Informationen über JCDecaux finden Sie auf [jcdecaux.com](https://www.jcdecaux.com).
Besuchen Sie uns auf [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) and [YouTube](#).

Pressekontakt: c/o Wall GmbH

Christian Knappe

+49 (0) 30 33899 379

christian.knappe@wall.de