

Paris, 29 novembre 2017

Paris Aéroport lance une grande campagne de sensibilisation contre les bagages abandonnés

+77,8% d'augmentation du nombre de bagages abandonnés à Paris-Charles de Gaulle entre 2013 et 2016

Paris Aéroport s'engage et sensibilise les voyageurs face à la hausse régulière du nombre de bagages abandonnés. "Plus de 1 000 procédures de bagages abandonnés ont été engagées sur les neuf premiers mois de l'année 2017 à l'aéroport Paris-Charles de Gaulle. Sur cette base, plus de 400 vols ont été retardés de 30 minutes en moyenne. Ces méfaits sont lourds de conséquences pour les compagnies aériennes. Ils résultent d'une part d'étourderies de la part des voyageurs mais ils sont également la conséquence du durcissement des politiques liées au poids des bagages ; certains passagers n'hésitent plus à l'abandonner dans l'aéroport pour ne pas payer de taxe supplémentaire", souligne Augustin de Romanet, Président-directeur général du Groupe ADP.

 <p>BAGAGE ABANDONNÉ : IL N'EST PAS LE SEUL À ÊTRE CONTRARIÉ.</p> <p>TENSIONS, RETARDS, PERTURBATIONS, UN BAGAGE ABANDONNÉ, C'EST UN VOL ANNULÉ.</p>  <p>Paris Aéroport est une marque du Groupe ADP.</p>	 <p>UNATTENDED LUGGAGE: NOT THE ONLY ONE TO GET ANGRY.</p> <p>行李被遗弃：并非只有行李会感到恼火。</p> <p>PRESSURE, DELAYS, DISRUPTIONS, A SINGLE UNATTENDED BAG MEANS 2,000 PASSENGERS DELAYED. 气氛紧张、航班延误、交通受阻：遗弃行李、意味着 2000 名旅客的行程受到延误。</p>  <p>Paris Aéroport est une marque du Groupe ADP.</p>
--	--



Pour sensibiliser les voyageurs, Paris Aéroport et l'agence Human to Human ont imaginé un dispositif global sur l'ensemble des canaux de l'aéroport :

- En digital, sur l'ensemble du réseau publicitaire JCDecaux dans tous les terminaux (3 films différents – 135 écrans),
- Dans les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly :
 - o En façade des banques d'enregistrement,
 - o Sur l'ensemble du réseau des bus qui relie les terminaux,
 - o En gare de Paris-Charles de Gaulle
- Dans plusieurs gares d'Ile-de-France :
 - o 18 gares de la ligne du RER B,
 - o 10 gares des lignes RER C/D
 - o Ligne ORLYVAL

Toute la campagne est déclinée en français, anglais et chinois. Si elle peut prêter à sourire, l'intérêt est réel pour les compagnies aériennes, les pouvoirs publics et le gestionnaire de l'aéroport. En fonction du lieu où le bagage est abandonné, tout ou partie d'un terminal peut/doit être évacué. Les retards peuvent donc être conséquents pour certains vols. Depuis le début de l'année en effet, près de 60% des bagages ont été abandonnés dans les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et pour 40% d'entre eux, au cœur du hub d'Air-France-KLM. Sur le seul mois d'août 2017, 214 bagages ont été laissés pour compte par leurs propriétaires, une augmentation de près de 30% par rapport à août 2016.

Pôle Médias et Réputation Groupe ADP +33 1 74 25 23 23
Relations Investisseurs : Audrey Arnoux + 33 1 74 25 70 64 - invest@adp.fr

Le Groupe ADP construit, aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires parmi lesquelles Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. En 2016, le groupe a accueilli via Paris Aéroport plus de 97 millions de passagers sur Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly, 2,2 millions de tonnes de fret et de courrier et plus de 42 millions de passagers au travers d'aéroports gérés à l'étranger par sa filiale ADP International. Bénéficiant d'une situation géographique exceptionnelle et d'une forte zone de chalandise, le groupe poursuit une stratégie de développement de ses capacités d'accueil et d'amélioration de sa qualité de services et entend développer les commerces et l'immobilier. En 2016, le chiffre d'affaires du groupe s'est élevé à 2 947 millions d'euros et le résultat net à 435 millions d'euros.

Aéroports de Paris SA au capital de 296 881 806 euros. Siège social : 1 rue de France - Tremblay en France 93290. RCS Bobigny 552 016 628.

groupeadp.fr

À PROPOS DE HUMAN TO HUMAN

Créée en 2003, Human to Human porte l'ambition de repenser la communication corporate à l'ère du digital.

Depuis plus de 10 ans, nous accompagnons les marques, entreprises, institutions et les dirigeants dans la gestion et l'optimisation de leur réputation. Convaincus qu'il convient de comprendre les publics avant de chercher à les convaincre, nous plaçons l'analyse des enjeux d'opinion et la conception de contenus engageants au cœur de nos missions pour étendre le territoire d'influence de nos clients. En 2016 les 35 collaborateurs de Human to Human mettent toute leur énergie au service de Paris Aéroports, le Groupe Michelin, Saint Laurent Paris, Bouygues Telecom, E. Leclerc, la Fédération Française de Football, la Fédération Française de Tennis, la Fnac, Kering Group, le Ministère de l'Education nationale, le groupe Michelin, Pernod Ricard, le Groupe La Poste, le Groupe RATP, Sodexo.