



A JCDecaux renova e estende a sua oferta de mobiliário urbano e de grande formato publicitários em Lisboa

Paris, 27 de Junho de 2018 – A JCDecaux S.A. (Euronext Paris: DEC), número um mundial da comunicação exterior, anuncia que a sua filial JCDecaux Portugal ganhou, através de uma oferta conjunta, os dois lotes do concurso para a instalação e exploração publicitária do mobiliário urbano e dos painéis digitais de grande formato da cidade de Lisboa (505 000 habitantes) por um período de 15 anos.

Este contrato prevê a conceção, a instalação, a manutenção e a exploração publicitária de:

- 2.000 abrigos
- 900 MUPI 2m², dos quais 250 digitais
- 125 dispositivos digitais de afixação grande formato
- 75 sanitários públicos automáticos acessíveis a todos
- 20 MUPI 2m² e 5 dispositivos grande formato, todos digitais, exclusivamente dedicados à informação municipal.

Esta decisão de adjudicação aprovada pela Câmara Municipal de Lisboa, no passado 14 de Junho, demonstra a qualidade da oferta da JCDecaux e a sua capacidade em respeitar plenamente os objectivos estabelecidos pela Cidade, a saber simultaneamente a melhoria dos serviços oferecidos aos cidadãos, da qualidade de vida e da acessibilidade na cidade, a redução do número de localizações publicitárias existentes, a homogeneização dos formatos bem como a utilização das tecnologias digitais mais avançadas. A JCDecaux trará toda a sua experiência e os seus meios, tanto a nível local como a nível do Grupo, para levar a bom termo este projeto particularmente ambicioso.

A nova identidade visual do mobiliário urbano de Lisboa foi concebida pela JCDecaux Portugal para satisfazer as expectativas da cidade de valorizar o espaço público. A interatividade com os cidadãos e a comunicação em tempo real das informações municipais, culturais ou desportivas serão desenvolvidas através da utilização de tecnologias inovadoras.

Graças à consolidação e racionalização dos diferentes contratos, mas também aos investimentos significativos da JCDecaux no digital, o município também beneficiará de uma revalorização significativa das receitas cobradas no âmbito deste projeto.

Jean-Sébastien Decaux, CEO Europa do Sul, Bélgica e Luxemburgo, África e Israel, declarou : *«Estamos particularmente satisfeitos com a renovação e extensão desta parceria com a cidade de Lisboa que começou há mais de 40 anos, em 1971. Ambiciosa, inovadora e personalizada, a nossa proposta foi concebida para respeitar em todos os pontos as exigências específicas do caderno de encargos tanto em termos de design como de qualidade do mobiliário, e mobilizando os nossos 206 colaboradores em Portugal e as nossas equipas internacionais para estarem à altura deste projeto muito ambicioso impulsionado pela cidade. A comunicação exterior tem uma quota de mercado de 13% em Portugal, superior à média mundial num país dinâmico e atrativo, onde o nosso meio ainda é pouco digitalizado. Graças à consolidação dos contratos e à digitalização significativa do nosso mobiliário, este projeto de grande escala permitir-nos-á posicionar a nossa oferta publicitária ao nível de outras cidades emblemáticas como Londres ou Nova Iorque.»*