

JCDecaux Airport Portugal



MEDIA OFFER 2022

AEROPORTO DE LISBOA

Aeroporto
Humberto Delgado
Lisboa



CONTEÚDO

1. JCDECAUX: UM LÍDER GLOBAL
2. AEROPORTO: PROPOSTA DE VALOR
3. JCDECAUX AIRPORT: A NOSSA OFERTA

MEDIA OFFER 2022

JCDecaux Airport Portugal
Member of JCDecaux Airport network

Home of long term memories and a few short ones.
BLUE TANG



JCDecaux Airport Portugal
Member of JCDecaux Airport network

MEDIA OFFER 2022

1.

**JCDECAUX
UM LÍDER GLOBAL**

JCDecaux Airport Portugal
Member of JCDecaux Airport network



DUTY FREE STORE

Tax Free

2 - 39%

JCDecaux

JCDECAUX

Um verdadeiro player na publicidade OOH

2021 receita
2,745M

Presença em
+80
países

Painéis
publicitários
+964,000

Fonte: JCDecaux



Nova Iorque

Mobiliário Urbano
Bicicletas partilhadas

€1,440m
Nº1 Mundial



Dubai

Publicidade
Transporte / Aeroporto

€878m
Nº1 Mundial



Londres

Publicidade em
grandes formatos

€427m
Nº1 na Europa

JCDECAUX

O único especialista global em aeroportos

UM SUCESSO BASEADO
NA EXPERIÊNCIA E
CONFIANÇA MUNDIAL

154
aeroportos

26%
do tráfego
aeroportuário mundial
*+2.3 bil. Passageiros por ano**

**7 DOS
TOP 10**
aeroportos
mundiais

38
países



JCDECAUX PORTUGAL

AIRPORT

8 Aeroportos em 8 cidades

MOBILIÁRIO URBANO

17,400 faces em 63 cidades

GRANDE FORMATO

2.500 painéis em 70 cidades

SHOPPINGS

25 shoppings em 18 cidades



JCDECAUX

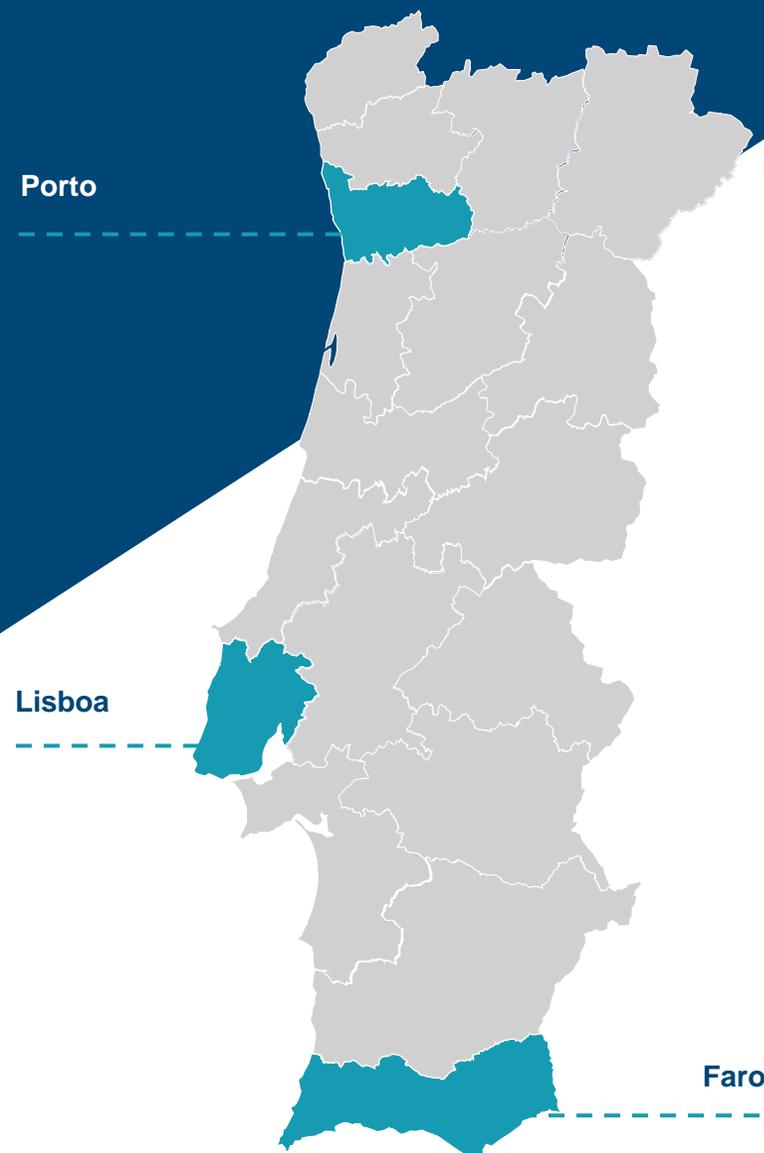
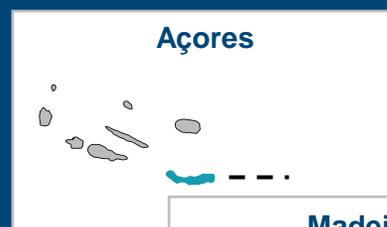
Aeroportos em Portugal

8 AEROPORTOS

Lisboa	Santa Maria
Porto	Porto Santo
Faro	Horta
Funchal	Ponta Delgada

24.7m
PASSAGEIROS EM 2021

100% COBERTURA
DO TRÁFEGO AÉREO
EM PORTUGAL



MEDIA OFFER 2022

2.

**AEROPORTO
PROPOSTA DE VALOR**

JCDecaux Airport Portugal
Member of JCDecaux Airport network



AEROPORTOS

Conectar com uma audiência altamente receptiva



1
CONECTAR
Audiência
premium e receptiva

Os aeroportos permitem que os anunciantes alcancem com maior eficiência segmentos sociodemográficos valiosos

Consumidores com poder de compra / consumidores internacionais

Decision makers influentes

Trend setters & seguidores

BENEFÍCIOS DO LONGO TEMPO DE EXPOSIÇÃO E DE MAIOR ATENÇÃO

1

CONECTAR

Audiência premium e recetiva

3h  ras

É o tempo médio que um passageiro permanece em aeroportos que sejam hubs mundiais. Este tempo é muitas vezes dedicado a compras⁽¹⁾.

Ambiente que desperta maior atenção⁽²⁾

devido à pandemia de Covid-19

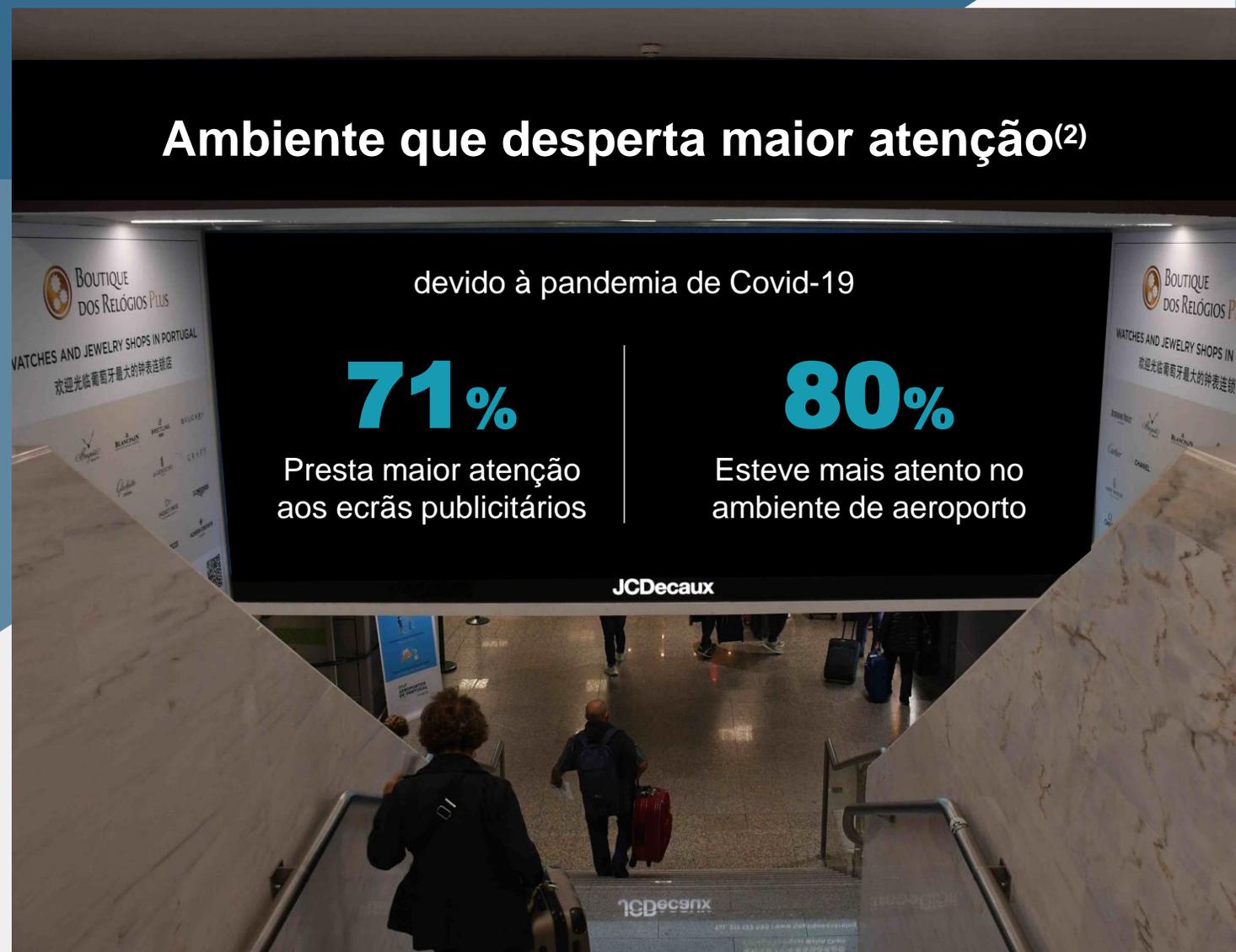
71%

Presta maior atenção aos ecrãs publicitários

80%

Esteve mais atento no ambiente de aeroporto

JCDecaux





Partidas		Departures	
26	27	26	27
08:00	08:30	08:00	08:30
09:00	09:30	09:00	09:30
10:00	10:30	10:00	10:30
11:00	11:30	11:00	11:30
12:00	12:30	12:00	12:30
13:00	13:30	13:00	13:30
14:00	14:30	14:00	14:30
15:00	15:30	15:00	15:30
16:00	16:30	16:00	16:30
17:00	17:30	17:00	17:30
18:00	18:30	18:00	18:30
19:00	19:30	19:00	19:30
20:00	20:30	20:00	20:30
21:00	21:30	21:00	21:30
22:00	22:30	22:00	22:30
23:00	23:30	23:00	23:30

1
CONECTAR
Audiência
premium e receptiva

2
INFLUENCIAR
Consumidores e
decision makers

3
DESPERTAR
Call To Action

3 RAZÕES PARA COMUNICAR EM AEROPORTOS

INFLUENCIAR UMA AUDIÊNCIA PREDISPOSTA A CONSUMIR



2

INFLUENCIAR

Consumidores e *decision makers*



O consumo está na essência da experiência de viajar

87%

Gosta de consumir quando visita um país estrangeiro

83%

Estão abertos a ser influenciados pela marca que compram

67%

Presta atenção a publicidade quando estão no exterior

INFLUENCIAR UMA AUDIÊNCIA PREDISPOSTA A CONSUMIR

2

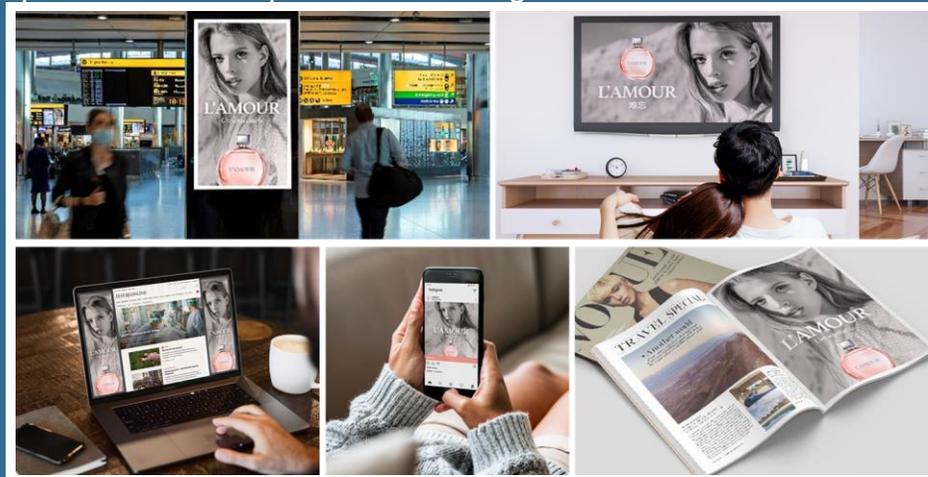
INFLUENCIAR

Consumidores e decision makers

A publicidade nos aeroportos transmite uma grande percepção de valor para as marcas de luxo

5 tipos de media, a mesma criatividade e os mesmos entrevistados

“Aproximadamente quanto estaria disposto a pagar pelo perfume de 50ml publicado na imagem?”



INFLUÊNCIA DE NEGÓCIO PARA OS *DECISION MAKERS*

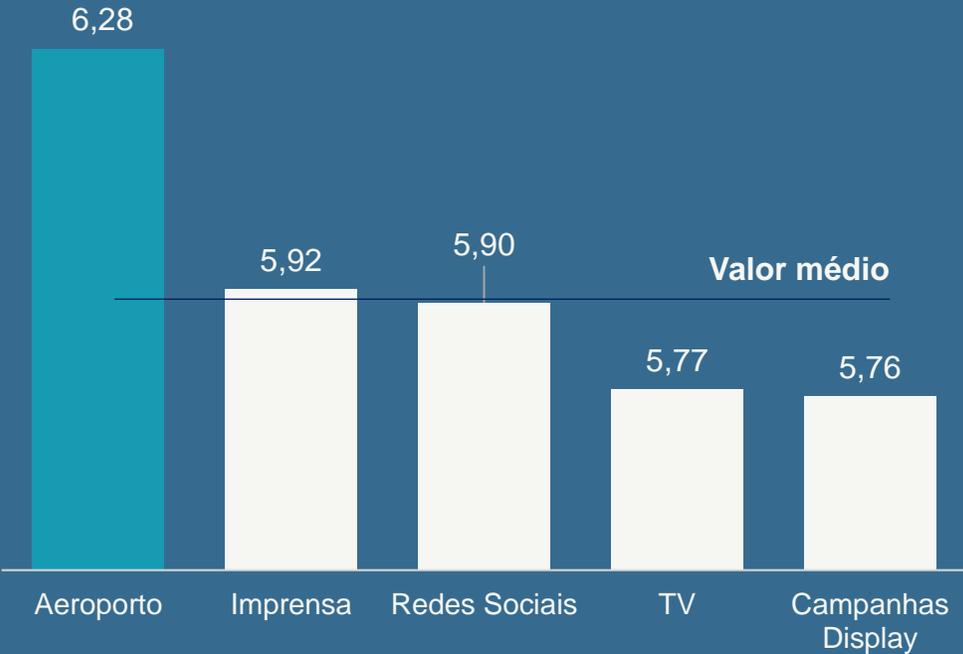
2
INFLUENCIAR
Consumidores e *decision makers*



Publicidade nos aeroportos atribui prestígio às marcas B2B

5 tipos de media, a mesma criatividade e os mesmos entrevistados

“Numa escala de 1 a 10, onde 1 é ‘Não é prestigiante’ e 10 é ‘muito prestigiante’, quão prestigiante considera que é a publicidade desta empresa do sector tecnológico?”



INFLUÊNCIA DE NEGÓCIO PARA OS *DECISION MAKERS*



2

INFLUENCIAR

Consumidores e
decision makers



As marcas B2B que comunicam nos aeroportos são reconhecidas como:

87% Confiáveis

83% Influentes

82% Líderes de mercado

82% Visão de futuro



Partidas		Departures	
13:00	FRY	13:00	FRY
13:15	FRY	13:15	FRY
13:30	FRY	13:30	FRY
13:45	FRY	13:45	FRY
14:00	FRY	14:00	FRY
14:15	FRY	14:15	FRY
14:30	FRY	14:30	FRY
14:45	FRY	14:45	FRY
15:00	FRY	15:00	FRY
15:15	FRY	15:15	FRY
15:30	FRY	15:30	FRY
15:45	FRY	15:45	FRY
16:00	FRY	16:00	FRY
16:15	FRY	16:15	FRY
16:30	FRY	16:30	FRY
16:45	FRY	16:45	FRY
17:00	FRY	17:00	FRY
17:15	FRY	17:15	FRY
17:30	FRY	17:30	FRY
17:45	FRY	17:45	FRY
18:00	FRY	18:00	FRY
18:15	FRY	18:15	FRY
18:30	FRY	18:30	FRY
18:45	FRY	18:45	FRY
19:00	FRY	19:00	FRY
19:15	FRY	19:15	FRY
19:30	FRY	19:30	FRY
19:45	FRY	19:45	FRY
20:00	FRY	20:00	FRY
20:15	FRY	20:15	FRY
20:30	FRY	20:30	FRY
20:45	FRY	20:45	FRY
21:00	FRY	21:00	FRY
21:15	FRY	21:15	FRY
21:30	FRY	21:30	FRY
21:45	FRY	21:45	FRY
22:00	FRY	22:00	FRY
22:15	FRY	22:15	FRY
22:30	FRY	22:30	FRY
22:45	FRY	22:45	FRY
23:00	FRY	23:00	FRY
23:15	FRY	23:15	FRY
23:30	FRY	23:30	FRY
23:45	FRY	23:45	FRY
00:00	FRY	00:00	FRY
00:15	FRY	00:15	FRY
00:30	FRY	00:30	FRY
00:45	FRY	00:45	FRY
01:00	FRY	01:00	FRY
01:15	FRY	01:15	FRY
01:30	FRY	01:30	FRY
01:45	FRY	01:45	FRY
02:00	FRY	02:00	FRY
02:15	FRY	02:15	FRY
02:30	FRY	02:30	FRY
02:45	FRY	02:45	FRY
03:00	FRY	03:00	FRY
03:15	FRY	03:15	FRY
03:30	FRY	03:30	FRY
03:45	FRY	03:45	FRY
04:00	FRY	04:00	FRY
04:15	FRY	04:15	FRY
04:30	FRY	04:30	FRY
04:45	FRY	04:45	FRY
05:00	FRY	05:00	FRY
05:15	FRY	05:15	FRY
05:30	FRY	05:30	FRY
05:45	FRY	05:45	FRY
06:00	FRY	06:00	FRY
06:15	FRY	06:15	FRY
06:30	FRY	06:30	FRY
06:45	FRY	06:45	FRY
07:00	FRY	07:00	FRY
07:15	FRY	07:15	FRY
07:30	FRY	07:30	FRY
07:45	FRY	07:45	FRY
08:00	FRY	08:00	FRY
08:15	FRY	08:15	FRY
08:30	FRY	08:30	FRY
08:45	FRY	08:45	FRY
09:00	FRY	09:00	FRY
09:15	FRY	09:15	FRY
09:30	FRY	09:30	FRY
09:45	FRY	09:45	FRY
10:00	FRY	10:00	FRY
10:15	FRY	10:15	FRY
10:30	FRY	10:30	FRY
10:45	FRY	10:45	FRY
11:00	FRY	11:00	FRY
11:15	FRY	11:15	FRY
11:30	FRY	11:30	FRY
11:45	FRY	11:45	FRY
12:00	FRY	12:00	FRY
12:15	FRY	12:15	FRY
12:30	FRY	12:30	FRY
12:45	FRY	12:45	FRY
13:00	FRY	13:00	FRY

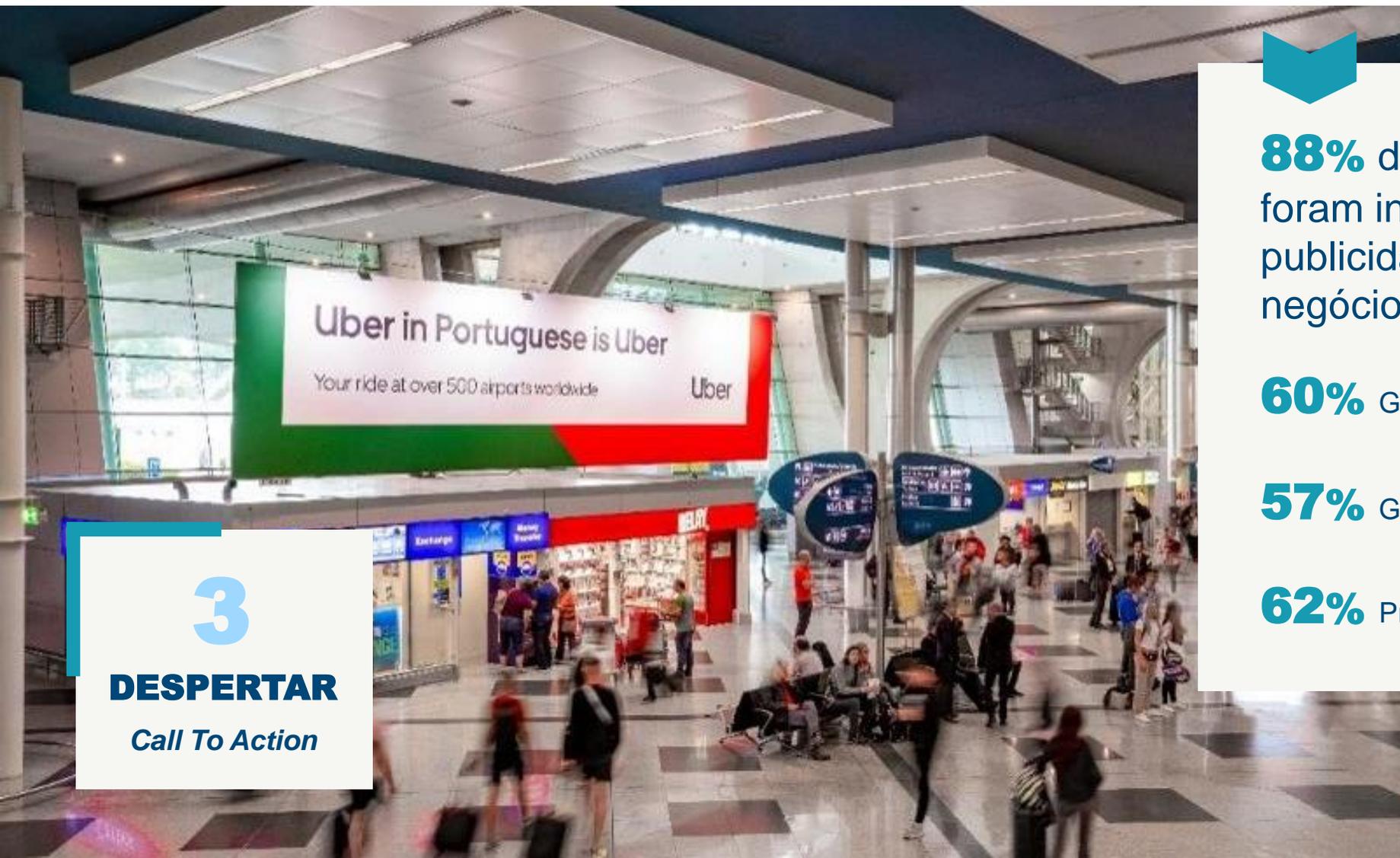
1
CONECTAR
Audiência
premium e recetiva

2
INFLUENCIAR
Consumidores e
decision makers

3
DESPERTAR
Call To Action

3 RAZÕES PARA COMUNICAR EM AEROPORTOS

PUBLICIDADE NOS AEROPORTOS UM FORTE *CALL TO ACTION*



3

DESPERTAR

Call To Action

88% dos *Decision Makers* foram influenciados através de publicidade relacionada a negócios em aeroportos

60% Gera debate

57% Gera contacto / compra

62% Procura informação relacionada

A PUBLICIDADE NO AEROPORTO LEVA AO CONSUMO

“Eu seria encorajada a visitar lojas porque vi...”

70% Publicidade no Aeroporto de produtos disponíveis nas lojas

69% Um evento especial, entretenimento ou ações promocionais junto às lojas

59% Notificações no telefone sobre promoções/ofertas nas lojas do aeroporto

fonte: JCDecaux Global Shopper Survey committed by JCDecaux



3

DESPERTAR
Call To Action

MEDIA OFFER 2022

3.

**JCDECAUX AIRPORT
A NOSSA OFERTA**

JCDecaux Airport Portugal
Member of JCDecaux Airport network



PORTUGAL – UM DESTINO ATRATIVO



Portugal é

6º melhor país para investir ⁽¹⁾

2º lugar no índice global 2020 de paz, logo após a Islândia ⁽²⁾

5º melhor país, em 2021, para *expats* ⁽³⁾

Fonte: (1) <https://www.usnews.com/news/best-countries/best-countries-to-invest-in/> (2) <https://www.visionofhumanity.org/maps/#/> (3) <https://www.internations.org/expat-insider/2021/best-and-worst-places-for-expats-40108>



Uma oferta de cultura e turismo revelantes



Mercado de trabalho flexível e qualificado



Conectado com o resto do Mundo



Boa qualidade de vida

PORTUGAL – UM DOS PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS DA EUROPA



27M de turistas em 2019

Dos quais **16.3M** estrangeiros

+80% dos turistas que visitaram Portugal ficaram muito satisfeitos e planeiam voltar

Uma oferta diversificada

- Turismo Cultural
- Turismo Balnear
- Turismo Vinícola
- Turismo de Golf
- Eco turismo



O principal destino de aventura do mundo 2021
(pelo 4º ano consecutivo)

Passadiços do Paiva
(Arouca Unesco Global Geopark)

O principal destino de praia do mundo 2021
(pelo 3º ano consecutivo)

Algarve

Empresa líder mundial em conservação 2021
(pelo 4º ano consecutivo)

Parques de Sintra

O principal destino de turismo de aventura da Europa 2021

Ilha dos Açores

O principal destino da Europa 2020
2017/2018/2019

Portugal

O principal destino de férias da Europa em 2020

Porto

O principal destino de férias da Europa em 2019

Lisboa

O principal destino de cidade da Europa 2018

Lisboa

LISBOA – O *HUB* TECNOLÓGICO MAIS DESEJADO DA EUROPA

Uma das capitais europeias mais atrativas para *startups*

Lisboa terá o maior campus tecnológico e criativo da Europa com 35.000 m², quando concluído, o *Hub Criativo do Beato* terá uma capacidade para 3.000 pessoas

Cerca de 100 espaços de cowork
(114 em Berlim, 28 em Tel Aviv)

Vários programas de financiamento e desenvolvimento de *startups*

Dinâmica rede de contactos

Iniciativas governamentais atrativas



LISBOA – O *HUB* TECNOLÓGICO MAIS DESEJADO DA EUROPA

Web Summit desde
2016 (até 2028)

42 000 participantes

128 países

+850 investidores

+1500 *start-ups*

+1 850 media



RECUPERAÇÃO CONSTANTE DO TRÁFEGO AÉREO



2020

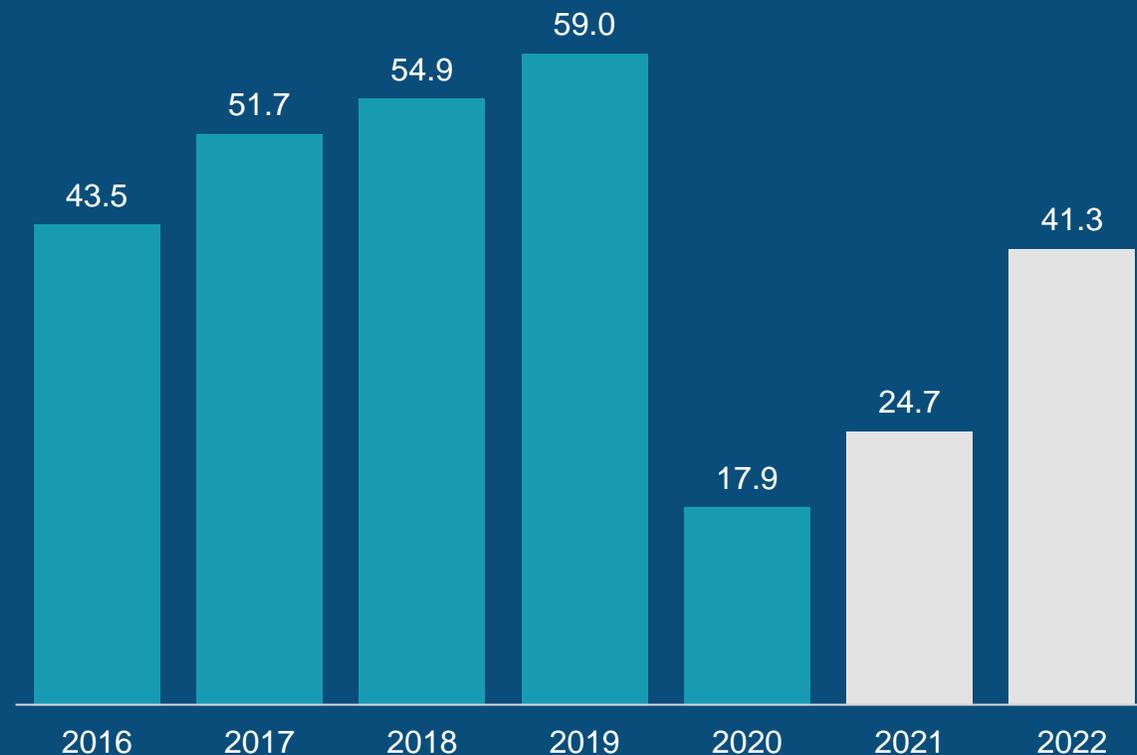
Foi um ano de declínio sem precedentes.

2021

Graças à vacinação, os passageiros recuperaram a confiança e o tráfego atingiu níveis de 50% pré-pandemia.

2022

É expectável que se atinja níveis de recuperação de 2/3 do tráfego registado em 2019.



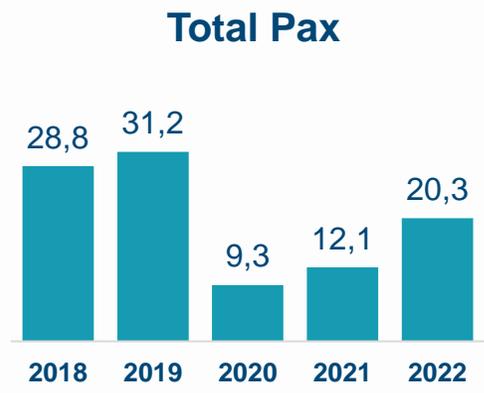
Milhões de Pessoas

O AEROPORTO DE LISBOA É UM DOS MAIORES HUBS DA EUROPA

Status de conectividade do Aeroporto de Lisboa:

134 destinos

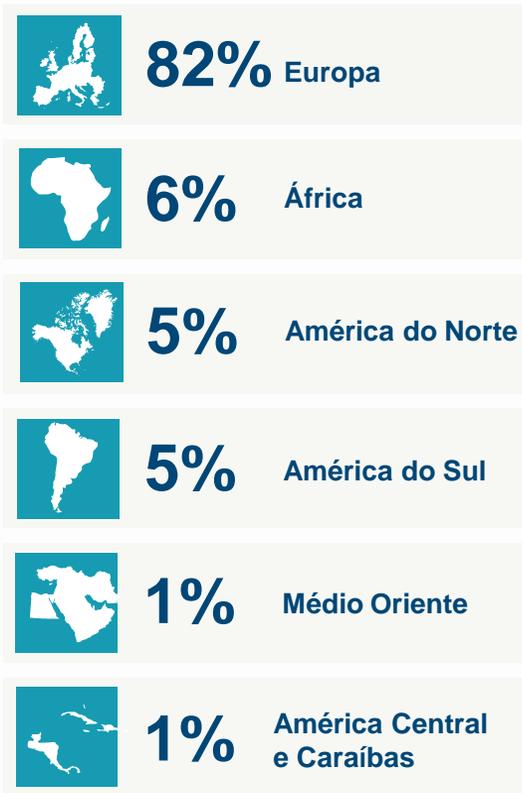
45 companhias aéreas, das quais 41 são internacionais



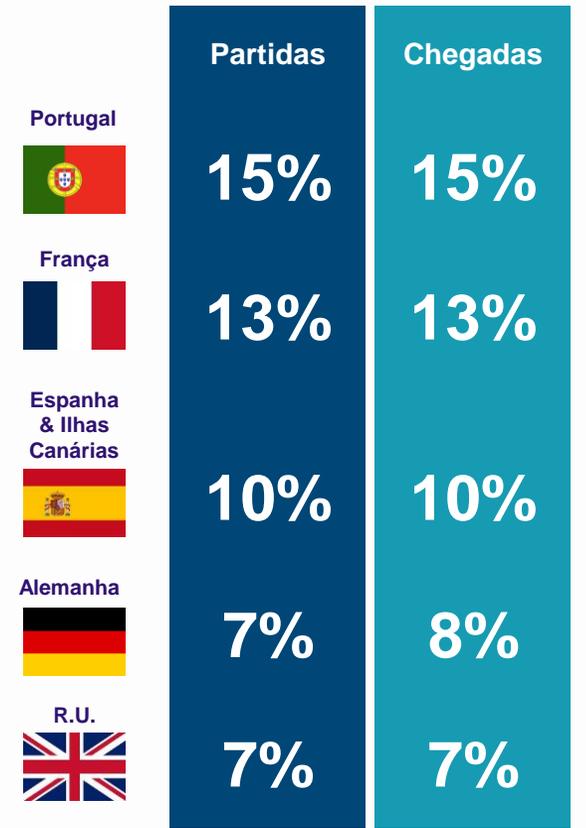
Internacional vs Doméstico



Distribuição Geográfica



Top 5 partidas & Chegadas



AEROPORTO DE LISBOA – PERFIL DO PASSAGEIRO

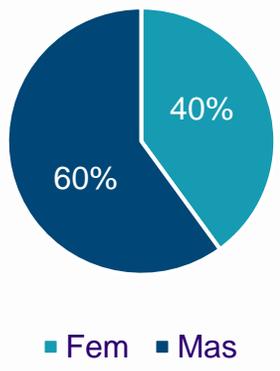
Perfil atual

Maioritariamente homens, e uma audiência jovem - 40% têm até 34 anos de idade

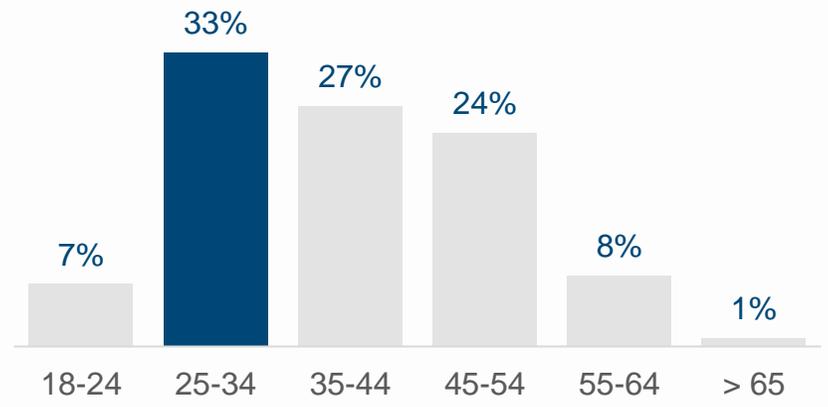
A principal razão de viagem são visitas a amigos e familiares

79% dizem viajar sozinhos

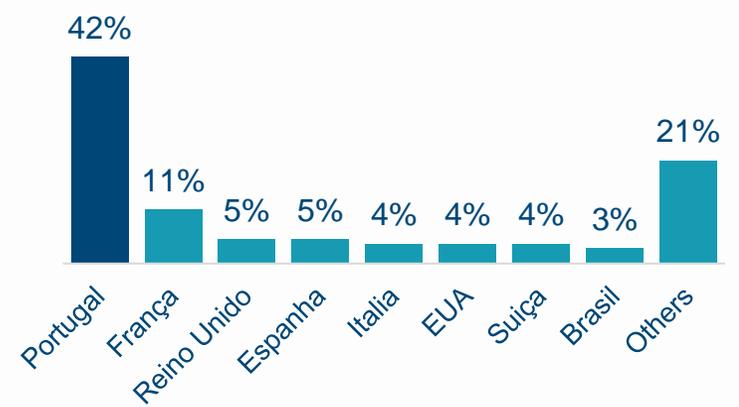
Género



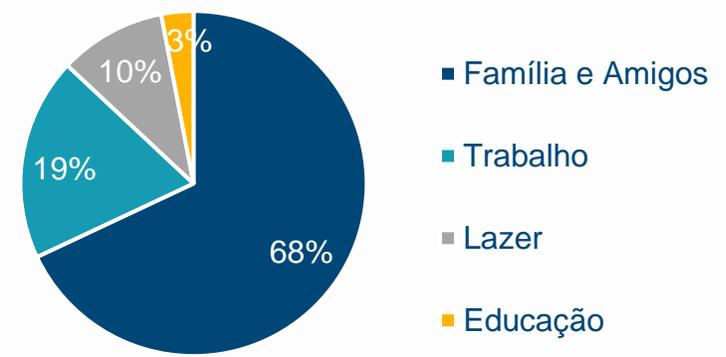
Idade



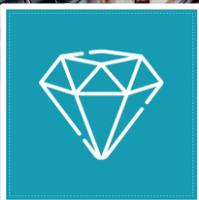
País



Motivação de viagem



APRESENTAMOS 3 SOLUÇÕES DE MEDIA QUE SE AJUSTAM A QUALQUER ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO



IMPACT

Elabore uma comunicação impactante em formatos de excelência (digitais ou estáticos).

Alcance 100% da Audiência com localizações estratégicas.

Ou alcance apenas o público-alvo desejado com uma comunicação nos formatos certos e nas localizações certas.



BROADCAST

Alcance 100% de cobertura da audiência.

Adquira repetição e recuperação da mensagem com redes poderosas (estáticas ou digitais).



ENTERTAIN

Envolve e entretenha o seu público-alvo com ativações de marca.

Estabeleça uma relação direta com os passageiros através de diferentes interações, quer sejam físicas quer sejam através dos formatos da JCDecaux.

JCDecaux Airport Portugal



MEDIA OFFER 2022

AEROPORTO DE LISBOA

Aeroporto
Humberto Delgado
Lisboa

