

A JCDecaux mede o que não se vê, ao implementar, internacionalmente, a única calculadora de impacto global das campanhas

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Bahrein
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Eswatini
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Jordanie
Kazakhstan
Koweït
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouzbékistan
Panama
Paraguay
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Paris, 18 de Fevereiro de 2026 – Quatro anos após o êxito do lançamento piloto em França, a JCDecaux SE (Euronext Paris: DEC), número um mundial da comunicação exterior, implementa internacionalmente, a versão aprimorada da **360 Footprint**, a única calculadora do mercado da comunicação capaz de medir a pegada ambiental, económica e social. A JCDecaux confirma deste modo, a sua ambição de tornar a 360 Footprint uma referência internacional e contribuir para elevar os padrões da comunicação responsável.

360 Footprint: uma ferramenta pioneira de medição global

Num contexto em que marcas, autoridades públicas e cidadãos esperam maior transparência, quase **60%** dos profissionais de marketing na Europa afirmaram que iriam monitorizar a pegada de carbono das suas campanhas de marketing digital em 2025¹.

Consciente desta evolução, a JCDecaux decidiu ir mais além, ao propor aos anunciantes e agências, desde 2021, uma calculadora única e completa, que integra quatro dimensões:

- A pegada de carbono, expressa em emissões de CO₂.
- A pegada hídrica, expressa em metros cúbicos.
- A pegada social, calculada em número de empregos equivalentes a tempo inteiro (ETI) apoiados localmente.
- A pegada económica, traduzida em valor criado na economia nacional.

A 360 Footprint permite, portanto, medir os impactos ambientais das campanhas, bem como as suas externalidades positivas, enquanto propõe alavancas de melhoria concretas.

Do êxito da ferramenta em França à sua implantação internacional

Após quatro anos de utilização em França, os primeiros resultados confirmam a relevância e o valor operacional da 360 Footprint para os anunciantes. Desde 2021 até ao final de 2025, a 360 Footprint analisou mais de **235 campanhas** de diversos sectores — luxo, energia, mobilidade ou agroalimentar — para cerca de **50 grandes anunciantes**, como a LVMH, a L'Oréal, a SNCF Connect, a Michelin, o grupo Bel ou a Kering. Como a aceleração e a globalização dos desafios ambientais e socioeconómicos estão a levar à transformação de muitos mercados, a JCDecaux está a implementar a 360 Footprint internacionalmente: no Brasil, na Itália e na Alemanha, e em outras regiões a partir de 2026.

Uma versão aprimorada da ferramenta para cobrir todos os universos da JCDecaux

A JCDecaux lançou uma versão aprimorada da sua ferramenta 360 Footprint, que dora em diante cobre todos os seus ambientes publicitários. Esta nova versão ajuda os clientes a reduzir o seu impacto e demonstra, mais do que nunca, que a JCDecaux é um meio útil e sustentável, que oferece soluções concretas: tintas de baixo impacto, papel certificado ou reciclado, formatos e densidade de impressão ajustados.

Uma alavanca ao serviço da Estratégia ESG 2030 da JCDecaux

A JCDecaux sempre foi um parceiro empenhado junto das autarquias, dos territórios e das marcas, ao contribuir para a melhoria da qualidade de vida nas cidades, graças a serviços sustentáveis, como o mobiliário urbano financiado pela comunicação das marcas. A implementação da 360 Footprint apoia as estratégias ESG e Clima 2030 da JCDecaux, que visam reduções significativas das suas emissões, em linha com a sua ambição Net Zero, e baseia-se em sólidas classificações extrafinanceiras.

¹ FreeWheel – European Marketers Survey, 2025

Uma campanha de comunicação para acompanhar este lançamento

Para acompanhar a implantação internacional da nova 360 Footprint, a JCDecaux escolheu a Publicis Consultants, que concebeu um plano de comunicação a partir da ideia de que a 360 Footprint “mede o que não se vê” numa campanha da JCDecaux: a pegada de carbono e água, bem como os empregos e o valor económico gerados. Este conceito ganhará vida num mobiliário urbano transparente e será amplificado nas redes sociais da JCDecaux, através de pequenos vídeos pedagógicos destinados a envolver o mercado e os intervenientes do sector.

Lénaïc Pineau, Directora do Desenvolvimento Sustentável e Qualidade da JCDecaux, declarou: *“Com a 360 Footprint, reforçamos ainda mais o nosso papel pioneiro em matéria de comunicação responsável. Única ferramenta que oferece uma visão global do impacto das campanhas, ela não se limita a medir: permite estabelecer um diálogo claro com os nossos clientes, parceiros e territórios para, juntos, transformarmos a forma como concebemos a comunicação e os seus impactos.”*

Jean-Charles Decaux, Co-Director Geral da JCDecaux declarou: *“A 360 Footprint encarna a visão da JCDecaux: como meio útil e sustentável, tornamos a comunicação exterior numa alavanca de transparência e progresso para os nossos clientes. Esta implantação internacional marca uma nova etapa do nosso compromisso em conjugar inovação e impacto positivo, enquanto estabelece as bases de um padrão internacional ao serviço das marcas, dos cidadãos e dos territórios.”*

Números-chave da JCDecaux

- Volume de negócios 2024: 3 935,3 milhões de euros - S1 2025 : 1 868,3 milhões de euros
- Nº 1 mundial da comunicação exterior
- Audiência diária de 850 milhões de pessoas em mais de 80 países
- 1 091 811 faces publicitárias no mundo
- Presente em 3 894 cidades com mais de 10 000 habitantes
- 12 026 colaboradores
- A JCDecaux está cotada na Eurolist d'Euronext Paris e faz parte dos índices SBF 120 et CAC Mid 60
- A trajetória de redução de carbono do Grupo JCDecaux foi validada pelo SBTi e a empresa passou a integrar o índice Euronext Paris CAC® SBT 1,5°
- A JCDecaux é reconhecida pelo seu desempenho extra-financeiro nas classificações CDP (Lista A), MSCI (AAA), Sustainalytics (11,9) e com a classificação Ouro pela EcoVadis
- 1ª empresa de Comunicação Exterior a ter aderido ao RE100
- Líder da bicicleta em livre serviço: pioneira da modalidade suave
- Nº 1 mundial do mobiliário urbano (629 737 faces publicitárias)
- Nº 1 mundial da publicidade em transportes com de 157 aeroportos e 257 contratos de transporte nos metros, autocarros, comboios e eléctricos (340 848 faces publicitárias)
- Nº 1 europeu do grande formato (83 472 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na Europa (736 310 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na Ásia-Pacífico (178 010 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior na América Latina (89 526 faces publicitárias)
- Nº 1 da comunicação exterior em África (22 490 faces publicitárias)
- Nº 2 da comunicação exterior no Médio Oriente (20 689 faces publicitárias)

Para mais informações, consulte o nosso site: jcdecaux.com

Encontre-nos também no [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) e [YouTube](#)

Direcção de Comunicação: Clémentine Prat

+33 (0) 1 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Relações Investidores: Rémi Grisard

+33 1 30 79 79 93 – remi.grisard@jcdecaux.com