

JCDecaux transforma o verão de 2026 no palco da criatividade Out-Of-Home

Comunicação Exterior

África do Sul
 Alemanha
 Angola
 Arábia Saudita
 Austrália
 Áustria
 Barém
 Bélgica
 Botsuana
 Brasil
 Bulgária
 Camarões
 Canadá
 Catar
 Cazaquistão
 Chéquia
 Chile
 China
 Colômbia
 Coreia do Sul
 Costa do Marfim
 Costa Rica
 Croácia
 Dinamarca
 El Salvador
 Emirados Árabes Unidos
 Equador
 Eslováquia
 Eslovénia
 Espanha
 Essuatíni
 Estados Unidos da América
 Estónia
 Finlândia
 França
 Gabão
 Guatemala
 Honduras
 Hungria
 Índia
 Irlanda
 Israel
 Itália
 Japão
 Koweit
 Lesoto
 Letónia
 Lituânia
 Luxemburgo
 Maláui
 Maurícia
 México
 Mianmar
 Moçambique
 Mongólia
 Namíbia
 Nicarágua
 Nigéria
 Noruega
 Nova Zelândia
 Omã
 Países Baixos
 Panamá
 Paraguai
 Peru
 Polónia
 Portugal
 Reino Unido
 República Dominicana
 Singapura
 Suécia
 Suíça
 Tailândia
 Tanzânia
 Ucrânia
 Uruguai
 Usbequistão
 Zâmbia
 Zimbabué

Lisboa, 10 de setembro 2026 – O verão de 2026 voltou a confirmar o Out-Of-Home (OOH) como o meio mais criativo, relevante e impactante para as marcas. Entre junho e setembro, a JCDecaux deu vida a inúmeras campanhas que transformaram as principais ruas, centros comerciais, aeroportos de norte a sul do país em verdadeiros espaços de experiências únicas, combinando criatividade, tecnologia, interatividade e formatos de elevado impacto. Ao longo da estação, marcas nacionais e internacionais recorreram às soluções multiambiente e multiformato da JCDecaux para criar ativações memoráveis que foram muito além da notoriedade, reforçando a capacidade da comunicação exterior para aproximar marcas e consumidores de forma inovadora e relevante.

A criatividade aliada aos centros comerciais

A **Vigor** e a **Oreo** deram o mote para um dos projetos mais marcantes do verão com a **campanha “Mergulho Perfeito”**. Desenvolvida em colaboração com a agência Mindshare, grupo WPP Media, e inspirada no gesto icónico de mergulhar uma bolacha Oreo em leite Vigor, a campanha levou ativações imersivas aos dois maiores centros comerciais do país: No Colombo, em Lisboa, que regista uma impressionante afluência de 2 milhões de visitas mensais —, e no NorteShopping, no Porto — mensalmente com 1,5 milhões de visitas. Complementadas por uma presença nacional numa impactante rede de mupis e um formato especial na Avenida João XXI, em Lisboa. Desenvolvida em parceria com a Mindshare, a campanha apresentou ao público um copo de leite gigante insuflável – todos podiam saltar lá para dentro, representando o “Mergulho perfeito”.



JCDecaux Portugal – Mobiliário Urbano e Publicidade, Lda.

Beco da Aviação, Nº. 1, Granja do Alprate, 2625-607 Vialonga – Portugal

Contactos: (+351) 218 317 500 | jcdecaux.pt@jcdecaux.com | www.jcdecaux.pt

Capital Social: 1.247.000 € - Registada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o nº único de matrícula e Pessoa Coletiva 500 364 460

Quando a rua se transforma numa experiência refrescante

Comunicação Exterior

África do Sul
 Alemanha
 Angola
 Arábia Saudita
 Austrália
 Áustria
 Barém
 Bélgica
 Botsuana
 Brasil
 Bulgária
 Camarões
 Canadá
 Catar
 Cazaquistão
 Chéquia
 Chile
 China
 Colômbia
 Coreia do Sul
 Costa do Marfim
 Costa Rica
 Croácia
 Dinamarca
 El Salvador
 Emirados Árabes Unidos
 Equador
 Eslováquia
 Eslovénia
 Espanha
 Essuatíni
 Estados Unidos da América
 Estónia
 Finlândia
 França
 Gabão
 Guatemala
 Honduras
 Hungria
 Índia
 Irlanda
 Israel
 Itália
 Japão
 Koweit
 Lesoto
 Letónia
 Lituânia
 Luxemburgo
 Maláui
 Maurícia
 México
 Mianmar
 Moçambique
 Mongólia
 Namíbia
 Nicarágua
 Nigéria
 Noruega
 Nova Zelândia
 Omã
 Países Baixos
 Panamá
 Paraguai
 Peru
 Polónia
 Portugal
 Reino Unido
 República Dominicana
 Singapura
 Suécia
 Suíça
 Tailândia
 Tanzânia
 Ucrânia
 Uruguai
 Usbequistão
 Zâmbia
 Zimbabué

A criatividade ganhou uma dimensão ainda mais experiencial com a campanha de lançamento do **Oliveira da Serra Squiz**. Desenvolvida em parceria com a WPP Media, a ativação levou para a Gare do Oriente uma garrafa volumétrica que, ao ser apertada, libertava água sob a forma de aspersor, oferecendo um momento refrescante durante a onda de calor que marcou o início de setembro. A campanha seguiu depois para o NorteShopping, onde a volumetria manteve o protagonismo da inovação da embalagem, demonstrando como o OOH pode transformar uma funcionalidade de produto numa experiência memorável.



Nas ruas, também o verão português ganhou destaque com a campanha **Sagres® Sol & Mar**, que ocupou a Rede Litoral da JCDecaux em todo o país durante o mês de agosto. Através do planeamento estratégico da Dentsu foi possível associar esta cerveja refrescante e pensada para os dias mais quentes aos momentos de lazer junto à costa portuguesa. A campanha reforçou a eficácia da publicidade exterior em contextos de consumo altamente relevantes, aproximando a marca dos consumidores precisamente nos locais onde o verão acontece.



JCDecaux Portugal – Mobiliário Urbano e Publicidade, Lda.

Beco da Aviação, Nº. 1, Granja do Alprate, 2625-607 Vialonga – Portugal

Contactos: (+351) 218 317 500 | jcdecaux.pt@jcdecaux.com | www.jcdecaux.pt

Capital Social: 1.247.000 € - Registada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o nº único de matrícula e Pessoa Coletiva 500 364 460

O impacto do OOH nos aeroportos

Comunicação Exterior

África do Sul
 Alemanha
 Angola
 Arábia Saudita
 Austrália
 Áustria
 Barém
 Bélgica
 Botsuana
 Brasil
 Bulgária
 Camarões
 Canadá
 Catar
 Cazaquistão
 Chéquia
 Chile
 China
 Colômbia
 Coreia do Sul
 Costa do Marfim
 Costa Rica
 Croácia
 Dinamarca
 El Salvador
 Emirados Árabes Unidos
 Equador
 Eslováquia
 Eslovénia
 Espanha
 Essuatíni
 Estados Unidos da América
 Estónia
 Finlândia
 França
 Gabão
 Guatemala
 Honduras
 Hungria
 Índia
 Irlanda
 Israel
 Itália
 Japão
 Koweit
 Lesoto
 Letónia
 Lituânia
 Luxemburgo
 Maláui
 Maurícia
 México
 Mianmar
 Moçambique
 Mongólia
 Namíbia
 Nicarágua
 Nigéria
 Noruega
 Nova Zelândia
 Omã
 Países Baixos
 Panamá
 Paraguai
 Peru
 Polónia
 Portugal
 Reino Unido
 República Dominicana
 Singapura
 Suécia
 Suíça
 Tailândia
 Tanzânia
 Ucrânia
 Uruguai
 Usbequistão
 Zâmbia
 Zimbabué

Nos aeroportos, a **McDonald's** Portugal escolheu a zona de Partidas do Aeroporto Humberto Delgado para apresentar a campanha World Menu Heist. Um backlight tridimensional de grande formato, desenvolvido em parceria com a FUSE, agência de ativações e conteúdos da Omnicom Media, destacou sabores inspirados em vários países junto de um público em contexto de viagem internacional, aproveitando um ambiente de elevada atenção para reforçar a associação entre descoberta, viagem e experiência gastronómica. Esta presença voltou a demonstrar o potencial dos aeroportos como plataformas premium de comunicação, capazes de proporcionar elevada visibilidade e impacto junto de milhões de passageiros nacionais e internacionais.



Tecnologia e dados ao serviço da criatividade

A tecnologia continuou igualmente a afirmar-se como motor de inovação com a campanha programática do Grupo **Jaguar Land Rover**. Em conjunto com a Essencemediacom e para promover o novo modelo do grupo, a estratégia combinou mupis digitais, grandes formatos e o ambiente aeroportuário através de compra programática, garantindo uma presença consistente junto de um target premium em diferentes momentos do seu dia. A utilização inteligente de dados e segmentação permitiu adaptar a comunicação aos contextos mais relevantes, evidenciando como o Digital Out-Of-Home pode comunicar de forma mais precisa, contextualizada e eficiente.

JCDecaux Portugal – Mobiliário Urbano e Publicidade, Lda.

Beco da Aviação, Nº. 1, Granja do Alprate, 2625-607 Vialonga – Portugal

Contactos: (+351) 218 317 500 | jcdecaux.pt@jcdecaux.com | www.jcdecaux.pt

Capital Social: 1.247.000 € - Registada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o nº único de matrícula e Pessoa Coletiva 500 364 460

Comunicação Exterior

África do Sul
 Alemanha
 Angola
 Arábia Saudita
 Austrália
 Áustria
 Barém
 Bélgica
 Botsuana
 Brasil
 Bulgária
 Camarões
 Canadá
 Catar
 Cazaquistão
 Chéquia
 Chile
 China
 Colômbia
 Coreia do Sul
 Costa do Marfim
 Costa Rica
 Croácia
 Dinamarca
 El Salvador
 Emirados Árabes Unidos
 Equador
 Eslováquia
 Eslovénia
 Espanha
 Essuatíni
 Estados Unidos da América
 Estónia
 Finlândia
 França
 Gabão
 Guatemala
 Honduras
 Hungria
 Índia
 Irlanda
 Israel
 Itália
 Japão
 Koweit
 Lesoto
 Letónia
 Lituânia
 Luxemburgo
 Maláui
 Maurícia
 México
 Mianmar
 Moçambique
 Mongólia
 Namíbia
 Nicarágua
 Nigéria
 Noruega
 Nova Zelândia
 Omã
 Países Baixos
 Panamá
 Paraguai
 Peru
 Polónia
 Portugal
 Reino Unido
 República Dominicana
 Singapura
 Suécia
 Suíça
 Tailândia
 Tanzânia
 Ucrânia
 Uruguai
 Usbequistão
 Zâmbia
 Zimbabué



Por fim, e ainda no ambiente dos centros comerciais, a **Pepsi** apresentou a sua **edição Strawberries 'N Cream** através de uma ativação que uniu experimentação de produto, cenografia e interatividade, em colaboração com a agência Fuse. O Pepsi Bar e os vários elementos da instalação transformaram a visita ao centro comercial numa experiência de marca completa, reforçando o papel destes espaços como ambientes privilegiados para gerar proximidade, envolvimento e descoberta junto dos consumidores.



A **Lipton**, em colaboração com a JCDecaux e a agência de Mindshare, veio também transformar o túnel de ligação entre o Centro Colombo e o Metro numa experiência totalmente imersiva. A marca assumiu a totalidade dos ecrãs digitais do espaço através de um *takeover* desenvolvido pela área de Creative Solutions da JCDecaux, criando um percurso visual contínuo que envolvia os consumidores desde a entrada no centro comercial até ao metro e demonstrando o potencial do Digital Out-Of-Home para criar experiências de marca personalizadas e de elevado impacto.

JCDecaux Portugal – Mobiliário Urbano e Publicidade, Lda.

Beco da Aviação, Nº. 1, Granja do Alprate, 2625-607 Vialonga – Portugal

Contactos: (+351) 218 317 500 | jcdecaux.pt@jcdecaux.com | www.jcdecaux.pt

Capital Social: 1.247.000 € - Registada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o nº único de matrícula e Pessoa Coletiva 500 364 460

Comunicação Exterior

África do Sul
 Alemanha
 Angola
 Arábia Saudita
 Austrália
 Áustria
 Barém
 Bélgica
 Botsuana
 Brasil
 Bulgária
 Camarões
 Canadá
 Catar
 Cazaquistão
 Chéquia
 Chile
 China
 Colômbia
 Coreia do Sul
 Costa do Marfim
 Costa Rica
 Croácia
 Dinamarca
 El Salvador
 Emirados Árabes Unidos
 Equador
 Eslováquia
 Eslovénia
 Espanha
 Essuatíni
 Estados Unidos da América
 Estónia
 Finlândia
 França
 Gabão
 Guatemala
 Honduras
 Hungria
 Índia
 Irlanda
 Israel
 Itália
 Japão
 Koweit
 Lesoto
 Letónia
 Lituânia
 Luxemburgo
 Maláui
 Maurícia
 México
 Mianmar
 Moçambique
 Mongólia
 Namíbia
 Nicarágua
 Nigéria
 Noruega
 Nova Zelândia
 Omã
 Países Baixos
 Panamá
 Paraguai
 Peru
 Polónia
 Portugal
 Reino Unido
 República Dominicana
 Singapura
 Suécia
 Suíça
 Tailândia
 Tanzânia
 Ucrânia
 Uruguai
 Usbequistão
 Zâmbia
 Zimbabué



Vitor Martins, Diretor Comercial da JCDecaux Portugal, destaca: “As campanhas do verão de 2026 demonstram como o Out-Of-Home continua a reinventar-se e a criar novas formas de ligação entre marcas e pessoas. Da criatividade volumétrica às ativações imersivas, da experimentação física ao Digital Out-Of-Home e à programática, vemos marcas que utilizaram o espaço público para gerar experiências relevantes, memoráveis e contextualizadas. É esta capacidade de combinar inovação, impacto e proximidade que continua a afirmar a JCDecaux como parceiro estratégico das marcas.”

Com um portfólio multiambiente que integra mobiliário urbano, centros comerciais, aeroportos e estações de serviço, a JCDecaux reforça o seu compromisso em desenvolver soluções de comunicação exterior que acompanham o percurso diário dos cidadãos, criando campanhas que elevam a criatividade, potenciam a inovação e tornam o Out-Of-Home um meio cada vez mais relevante no ecossistema de comunicação das marcas.

Sobre a JCDecaux:

A JCDecaux é número um mundial no mercado da publicidade exterior, com presença em mais de 80 países e conta com milhares de parceiros com os quais partilha funções de organização e planeamento do espaço público. É o único operador internacional que se concentra no mercado Out-of-Home nas três áreas de atividade: mobiliário urbano, grande formato e publicidade em transportes.

A JCDecaux é referência em inovação, qualidade, design e funcionalidade, ao serviço das cidades e das marcas. Com um saber de experiência feito de mais de 60 anos, os serviços de excelência na conceção, conservação e manutenção dos equipamentos e as melhores soluções de comunicação exterior, são reconhecidos mundialmente pelas cidades, aeroportos e autoridades de transporte, e claro, pelas marcas.

A JCDecaux é reconhecida pelo seu desempenho extra-financeiro nas classificações FTSE4Good (3,6/5), CDP (Lista A-), MSCI (AA) e com a classificação Platina pela EcoVadis. A JCDecaux é a 1ª empresa de Comunicação Exterior a ter aderido ao RE100 (compromisso para 100% de energias renováveis).

Presente no mercado português há mais de 50 anos, a JCDecaux tem como missão melhorar a experiência Out-Of-Home e tornar os concelhos mais atraentes.

Mais informações: <https://www.jcdecaux.pt>

JCDecaux Portugal – Mobiliário Urbano e Publicidade, Lda.

Beco da Aviação, Nº. 1, Granja do Alprate, 2625-607 Vialonga – Portugal

Contactos: (+351) 218 317 500 | jcdecaux.pt@jcdecaux.com | www.jcdecaux.pt

Capital Social: 1.247.000 € - Registada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o nº único de matrícula e Pessoa Coletiva 500 364 460