

JCDecaux lança ferramenta 360 Footprint em Portugal

Comunicação Exterior

A única calculadora capaz de medir o impacto global de campanhas de 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, 22 de setembro de 2026 – A JCDecaux Portugal anuncia o lançamento em Portugal da 360 Footprint, ferramenta desenvolvida pelo Grupo JCDecaux. Esta é a única calculadora do mercado capaz de medir simultaneamente o impacto de carbono, água, emprego local e valor económico de uma campanha. O lançamento nacional integra a vaga de expansão internacional da ferramenta prevista para 2026, e coloca Portugal a par de mercados como França, Itália ou Alemanha na monitorização rigorosa do impacto das campanhas de comunicação exterior.

Num contexto em que marcas, autoridades públicas e cidadãos exigem cada vez mais transparência, em 2025, cerca de 60% dos profissionais de marketing na Europa já monitorizam a pegada de carbono das suas campanhas e estima-se que até 2030, 85% destes profissionais o façam, segundo o estudo FreeWheel – European Marketers Survey. A JCDecaux responde a esta necessidade, propondo aos anunciantes e agências uma calculadora única, 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; e a pegada económica, traduzida em valor criado na economia nacional.

A 360 Footprint permite, assim, medir o impacto ambiental, social e económico das campanhas e as suas externalidades positivas, ao mesmo tempo que propõe alavancas concretas de melhoria. A ferramenta foi auditada pela EY, segundo uma lógica de "dados locais, regras globais": as regras de cálculo são definidas ao nível do Grupo e alimentadas em cada mercado com dados operacionais e estudos desenvolvidos por consultoras especializadas, o que garante que o progresso possa ser acompanhado com o mesmo rigor em Lisboa, Berlim ou Paris.

Do êxito da ferramenta em França à sua implementação em Portugal

Desde o lançamento piloto em França, em 2021, e até ao final de 2025, a **360 Footprint já analisou mais de 235 campanhas** de setores como o luxo, a energia, a mobilidade ou o agroalimentar, para cerca de 50 grandes anunciantes, entre os quais se encontram a LVMH, a L'Oréal, a SNCF Connect, a Michelin, o grupo Bel ou a Kering. Perante estes resultados, e face à aceleração dos desafios ambientais e socioeconómicos, a JCDecaux tem vindo a implementar a ferramenta internacionalmente, - já disponível em países como Brasil, Itália e Alemanha - chegando agora também a Portugal.

No âmbito do lançamento no mercado nacional, a JCDecaux Portugal realizou testes beta em parceria com grandes anunciantes como a **McDonald's** e o **Superbock Group**.

Através da ferramenta 360 Footprint, foram analisadas em detalhe as campanhas de ambos os clientes, permitindo avaliar concretamente as suas pegadas de carbono, água, impacto social e valor económico gerado, validando a eficácia e precisão do modelo preditivo em território nacional.

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

"Atualmente, a nossa grande prioridade é o lançamento da 360 Footprint em Portugal, integrada na vaga de expansão internacional para o ano de 2026", refere Daniela Benoliel, Coordenadora de Desenvolvimento Sustentável e Segurança da JCDecaux Portugal, acrescentando: "Lançámos o desafio a todos os nossos clientes para se juntarem a este projeto, que nos permitirá fortalecer o compromisso com a sustentabilidade, motivando a melhoria contínua da nossa pegada. A 360 Footprint vai permitir às marcas que operam em Portugal medir, com o mesmo rigor de mercados como França, Itália ou Alemanha, o impacto de carbono, água, emprego local e valor económico das suas campanhas."

A chegada desta ferramenta a Portugal surge num momento em que a JCDecaux Portugal reforça o seu compromisso climático: a empresa renovou recentemente a certificação Carbono Zero®, tendo reduzido em 32% o consumo de eletricidade nos equipamentos e em 25% nos edifícios, e em 17% as emissões da frota, face a 2019. Desde 2022, e como membro da iniciativa RE100 Climate Group, 100% do consumo de eletricidade da empresa é coberto por energia de fontes renováveis. Estas medidas inserem-se na Estratégia ESG e Clima 2030 do Grupo JCDecaux, que prevê, até 2030, uma redução de cerca de 73% nas emissões dos âmbitos 1 e 2, e de 46% nas emissões do âmbito 3, rumo à ambição Net Zero em 2050.

"O acompanhamento deste progresso exige uma monitorização cada vez mais rigorosa do nosso desempenho ambiental e é precisamente esse o papel que a 360 Footprint passará a desempenhar, ao quantificar, campanha a campanha, a pegada de carbono, hídrica, de emprego local e de valor económico gerado, transformando objetivos climáticos abstratos em dados concretos, mensuráveis e comparáveis entre mercados", adiciona Daniela Benoliel.

A implementação da 360 Footprint apoia diretamente as estratégias ESG e Clima 2030 da JCDecaux, ao permitir substituir intenções declaradas por dados concretos e comparáveis. *"Com a 360 Footprint, reforçamos ainda mais o nosso papel pioneiro em matéria de comunicação responsável. A única ferramenta que oferece uma visão global do impacto das campanhas, 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", declara Lénaïc Pineau, Diretora do Desenvolvimento Sustentável e Qualidade da JCDecaux.*

Para acompanhar a implementação internacional da nova 360 Footprint, a JCDecaux escolheu a Publicis Consultants, que concebeu um plano de comunicação a partir da ideia de que a ferramenta "mede o que não se vê": a pegada de carbono e água, bem como os empregos e o valor económico gerados. O conceito ganha vida numa campanha de publicidade exterior afixada em equipamentos transparentes, sendo ainda amplificado com uma campanha nacional na rede digital da JCDecaux que conta ao dia de hoje com mais de 500 ecrãs digitais.

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

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>