

JCDecaux leva Superman às ruas numa campanha memorável de verão

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, 11 de julho de 2025 – A JCDecaux, líder mundial em publicidade exterior, uniu forças com a Cinemundo e a Warner Bros. Portugal para dar vida a uma das campanhas de Out-of-Home (OOH) mais marcantes deste verão, assinalando o aguardado regresso de uma das figuras mais icónicas do universo cinematográfico: o Superman.

Sob o mote **“Olha para cima”**, a campanha lançou um convite à curiosidade dos portugueses, através de uma presença urbana visualmente poderosa. Com o objetivo de gerar notoriedade, criar antecipação em torno do novo filme e posicioná-la como o grande evento cinematográfico da temporada, a estratégia procurou captar públicos diversos, desde os fãs de sempre às novas gerações.

A JCDecaux desenhou um plano multiformato com visibilidade reforçada em pontos estratégicos de elevada circulação, como a 2ª Circular, Avenida Padre Cruz e Praça de Espanha. Em destaque, ativações com sincronismo avançado nos ecrãs digitais da Praça de Espanha e dos Olivais criaram uma experiência coordenada e impactante, colocando o herói no centro da vida urbana. A campanha incluiu ainda presença de grande formato no Aeroporto de Lisboa, através de uma posição especial 8x3, garantindo visibilidade junto de milhares de passageiros diariamente.

Integrada numa lógica 360º, a campanha cruzou o meio físico com ações digitais e trailers promovidos nas redes sociais, maximizando o alcance da mensagem e reforçando a ligação emocional ao universo do filme.

“Queríamos que Superman fosse impossível de ignorar — uma presença icónica que se impusesse na cidade como o verdadeiro herói que todos conhecem”, **afirma Maria João Panaca, Responsável de Marketing da Warner Bros. Portugal.**

A campanha foi desenvolvida em colaboração com a agência Initiative, cuja visão estratégica permitiu unir criatividade, tecnologia e escolha criteriosa de localizações para amplificar o impacto da ativação.

Para Vítor Martins, Diretor Comercial da JCDecaux Portugal, “Esta campanha é um excelente exemplo do poder do Digital Out-of-Home quando usado com inteligência criativa. A combinação de formatos icónicos, presença em locais de elevada afluência e inovação tecnológica, como o sincronismo avançado, tornaram o Superman num verdadeiro protagonista também no espaço urbano.”

Com esta ação, a JCDecaux volta a afirmar-se como parceira de referência para campanhas que desafiam os limites da comunicação exterior, transformando as cidades em palcos vivos de experiências memoráveis.

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>

JCDecaux Portugal – Mobiliário Urbano e Publicidade, Lda.

Beco da Aviação, Nº. 1, Granja do Alpriate, 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