

## Dados em tempo real impulsionam resultados em publicidade exterior: Dentsu e JCDecaux apresentam case Dynamic DOOH para a Generali Tranquilidade

### Comunicação Exterior

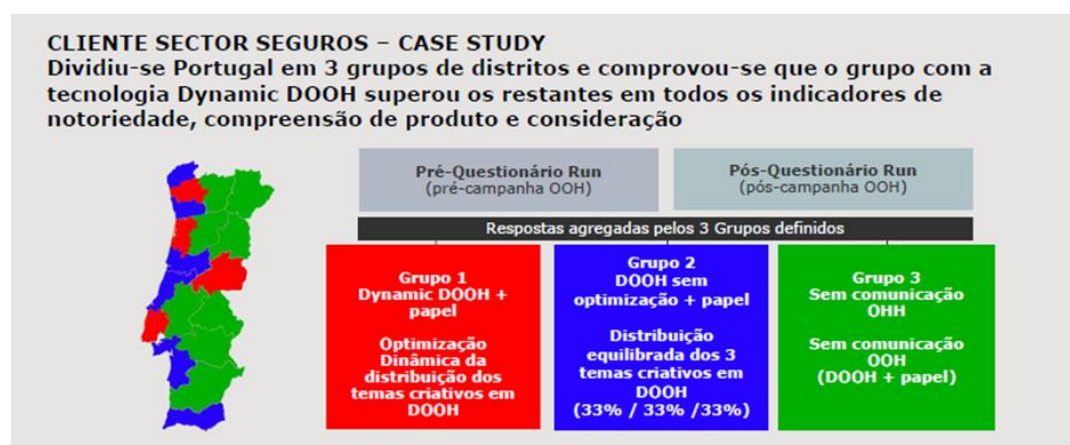
África do Sul  
Alemanha  
Angola  
Arábia Saudita  
Austrália  
Áustria  
Barém  
Bélgica  
Botsuana  
Brasil  
Bulgária  
Camarões  
Canadá  
Catar  
Cazaquistão  
Chéquia  
Chile  
China  
Colômbia  
Coreia do Sul  
Costa do Marfim  
Costa Rica  
Croácia  
Dinamarca  
El Salvador  
Emirados Árabes 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 fevereiro de 2026** – A Dentsu, em colaboração com a JCDecaux, líder mundial em publicidade exterior, apresenta um *case study* que demonstra como a utilização estratégica de dados e tecnologia pode potenciar a eficácia da publicidade exterior digital. Desenvolvido para a Generali Tranquilidade, marca de referência no setor dos Seguros, o projeto evidencia o impacto do *Dynamic Digital Out of Home* (DOOH) na notoriedade e compreensão do produto, assim como na consideração da marca.

Num contexto em que a eficácia assume um papel cada vez mais central nas decisões de investimento em Comunicação e Marketing, este *case study* vem comprovar que o DOOH evoluiu para um canal capaz de integrar dados provenientes do comportamento online do consumidor, reforçando a relevância da mensagem no espaço público. A campanha em causa recorreu a uma abordagem omnicanal, em que os dados digitais alimentaram em tempo real a estratégia de comunicação exterior.

A tecnologia Dynamic DOOH, desenvolvida pela Dentsu, permitiu recolher em tempo real indicadores de desempenho da comunicação digital, nomeadamente a taxa de cliques (CTR), e ajustar de forma dinâmica a frequência e o destaque das mensagens exibidas nos ecrãs digitais da JCDecaux. Esta otimização ocorreu por localização (distrito), período do dia e suporte JCDecaux, ao longo de toda a campanha, assegurando maior relevância em cada contacto com o público.

O estudo dividiu o território nacional em três grupos de distritos, em diferentes zonas de norte a sul do país para comparar níveis de exposição distintos, **sendo que apenas um deles foi exposto à tecnologia Dynamic DOOH**. Os resultados confirmaram a eficácia superior da personalização dinâmica da mensagem: o grupo que utilizou esta tecnologia superou de forma consistente os restantes, que incluíam um grupo com DOOH convencional sem otimização e outro sem qualquer comunicação exterior. Neste grupo com Dynamic DOOH, registou-se um aumento de **46% na consideração da marca** entre não-clientes, um crescimento de **21,5% na notoriedade** e uma subida de **19,6% na compreensão do produto**.



Para a Generali Tranquilidade, o objetivo passou por comunicar um seguro de vida associado ao crédito à habitação, destacando atributos como flexibilidade, rapidez na

transferência e competitividade de preço. Foram desenvolvidos três temas criativos distintos, utilizados em comunicação digital e em DOOH, com a pressão criativa em exterior ajustada de acordo com o desempenho dos conteúdos online.

**Andreia Paulo, Diretora de Marketing na JCDecaux Portugal, afirma:** “Este case study demonstra de forma clara como o Digital Out of Home, para além de ser um canal de grande visibilidade, passa a afirmar-se também como uma plataforma orientada para resultados. A integração de dados e a flexibilidade tecnológica permitem às marcas comunicar com maior precisão e relevância no espaço público, elevando a eficácia da publicidade exterior.”

## 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

**Também a Dentsu Media Portugal – num projeto que reflete o posicionamento integrado da agência ao dia de hoje, com o envolvimento das áreas de Client Service, Programmatic, Research e Inovação / Advanced Measurement - sublinha o valor estratégico da solução:** “O Dynamic DOOH representa um novo patamar na comunicação exterior. Ao ligar qualquer fonte de dados – neste caso, dados de performance digital – em tempo real à gestão criativa do DOOH, conseguimos otimizar a mensagem ao longo da campanha e provar que a personalização é um fator decisivo para aumentar a relevância da mensagem, e, por conseguinte, a eficácia e o impacto junto das audiências.”

Este case study reforça uma tendência crescente no mercado: a aposta em soluções de publicidade exterior cada vez mais flexíveis, mensuráveis e integradas com o ecossistema digital.

Para a JCDecaux, este case confirma o potencial do DOOH como plataforma estratégica para marcas que procuram relevância, performance e impacto real junto de audiências extremamente valiosas.

### 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](mailto:jcdecaux.pt@jcdecaux.com) | [www.jcdecaux.pt](http://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