JCDecaux e Dr. Oetker lançam campanha original com cheiro a pizza

A marcar a estreia da comunicação da gama "Rustica" em Portugal e o lançamento de duas novas receitas, a ação ganha vida através de um mupi interativo e aromatizado que, sob o conceito "Partilha, se fores capaz!", desafia duas pessoas a participarem em simultâneo numa ação para ganharem vales de desconto.

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
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
Zâmbia
Zimbabué

Lisboa, 26 de outubro de 2026 – A JCDecaux, líder mundial em comunicação exterior, aliou-se à Dr. Oetker para dar vida à primeira campanha de comunicação da marca de pizzas "Rustica" em Portugal. A campanha introduz o conceito "Partilha, se fores capaz!", através de uma experiência interativa e sensorial surpreendente, que incentiva à partilha e à experimentação. Uma campanha pensada e planeada em colaboração com a agência de media EssenceMediacom, que desenhou a estratégia e desafiou a JCDecaux com o objetivo de potenciar a notoriedade da marca, através de uma experiência diferenciadora e impactante.

Para destacar os atributos da gama "Rustica", caracterizada pela generosidade das receitas, qualidade dos ingredientes e sabores intensos, a JCDecaux desenvolveu um mupi especial e inovador, aromatizado com cheiro a pizza. Este suporte exterior desafia ativamente os transeuntes, sendo que a mecânica de participação exige que duas pessoas pressionem simultaneamente os pontos de interação do mupi. Aqueles que aceitarem o desafio habilitam-se a ganhar, no momento, um vale de desconto para a compra de uma pizza da marca.

A iniciativa visa dar notoriedade à marca junto de adultos jovens e famílias (18 aos 45 anos), que valorizam a conveniência sem prescindir da qualidade e de sabores diferenciadores. Ao mesmo tempo, a campanha impulsiona ainda o lançamento de duas novidades disponíveis nos principais supermercados portugueses: a *Rustica Kebab* e a *Rustica BBQ Meat Feast Filled Crust*, sendo que esta última apresenta uma inovação marcante na gama - um rebordo recheado com creme de queijo e alho.

Sobre a iniciativa, Ana Catarino Head of Trade Marketing da Dr. Oetker, destaca: *"Esta é a primeira vez que comunicamos a marca Rustica em Portugal e quisemos fazê-lo de uma forma diferenciadora, que refletisse a generosidade e a indulgência da gama e nada melhor do que levar a campanha para a rua onde o nosso público está. A parceria com a JCDecaux permitiu-nos transformar o conceito 'Partilha, se fores capaz!' numa experiência totalmente interativa e sensorial, aproximando a marca dos consumidores e incentivando a experimentação das nossas últimas inovações".*

A ativação combina interação física, estímulo olfativo e recompensa imediata. Neste sentido, **Gustavo Gonzalez, líder de Creative Solutions & Projetos Especiais na JCDecaux**, **sublinha o valor destas inovações no espaço urbano**: *"O nosso principal objetivo com os projetos de Creative Solutions é transformar o espaço público e o Out-of-Home num palco de experiências memoráveis. Nesta parceria com a Dr. Oetker, fomos muito além da comunicação visual tradicional, ao introduzirmos um estímulo sensorial forte, como o cheiro a pizza, e uma mecânica de interação que obriga à colaboração a dois. É a prova de*

que a publicidade exterior consegue gerar proximidade e outputs tangíveis de forma imediata".

Desenvolvida e implementada com o suporte da JCDecaux como parceiro de OOH e responsável pela ativação interativa e sensorial, esta ação integra uma estratégia de comunicação mais alargada da Dr. Oetker, com forte presença também no digital e em ponto de venda, garantindo múltiplos pontos de contacto com os consumidores que procuram experiências de consumo disruptivas e indulgentes.

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
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
Zâmbia
Zimbabué

Sobre a JCDecaux:

A JCDecaux é número um mundial no mercado da publicidade exterior, com presença em 78 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