JCDecaux
AWARDS

Manual de inscrição

2027

A EXCELÊNCIA DA PUBLICIDADE EXTERIOR

ÍNDICE

CATEGORIAS

EXECUÇÃO VISUAL 3

EXPERIÊNCIA DE MARCA 4

USO EFICAZ DO MEIO 5

IMPACTO DOOH 6

ESCOLHA DO PÚBLICO 7

NOVOS CRIATIVOS 8

CATEGORIA
EXECUÇÃO VISUAL

Descrição da Categoria

Poderão ser apresentadas campanhas concebidas para qualquer suporte convencional ou digital, em qualquer ambiente ou formato de publicidade exterior, desde mobiliário urbano, lonas, centros comerciais, transportes e outros, conforme Regulamento.
Pode incluir as seguintes execuções:

Print: Qualquer cartaz e peça gráfica em suportes OOH, em qualquer ambiente, desde mobiliário urbano, centros comerciais, transportes ou lonas. Pode incluir impressões em suportes OOH/DOOH, como vinis parciais/integrados ou ações de marketing espetaculares.

Digital: Qualquer conteúdo digital, com ou sem movimento, em suportes DOOH, em qualquer ambiente, desde mobiliário urbano, centros comerciais ou transportes. Pode incluir execuções tanto em 2D como em 3D.

Serão valorizadas tanto a **ideia criativa** como o **uso ótimo da linguagem visual** na comunicação, aplicada a formatos convencionais com conteúdos em papel/impresso, ou a formatos digitais com conteúdo digital orientado para gerar impacto visual.

Critérios de Avaliação

Os critérios de avaliação de uma campanha de **Execução Visual** devem responder a uma boa ideia criativa, a um excelente design visual e à sua correta adaptação a um formato de publicidade exterior.

Para avaliar esta categoria, a JCDecaux poderá utilizar ferramentas de análise de terceiros baseadas em Inteligência Artificial.

Material necessário para a inscrição

OBRIGATÓRIO

Descrição da campanha
Máximo 500 palavras através do campo no formulário

Artes Finais (em JPGs, PNGs ou MP4)
Para analisar através das ferramentas de IA

Fotografias da campanha
JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px)

Ficha de aprovação da campanha - Preenchida e assinada/carimbada

MUITO RECOMENDÁVEL

Board ou imagem resumo
PDF

OPCIONAL

URL do video - (Youtube ou VIMEO)

Vídeo case da campanha - MP4, peso máximo de 1GB

CATEGORIA
EXPERIÊNCIA DE MARCA

Descrição da Categoria

Poderão apresentar-se campanhas concebidas para qualquer suporte convencional ou digital, em qualquer ambiente ou formato de publicidade exterior, bem como espaços públicos sem suporte de publicidade exterior.

Serão valorizadas as campanhas que transcendam a linguagem visual, conseguindo interagir com o **utilizador**, seja através da integração em suportes de tecnologia interativa/sensorial ou de ativações de marca na rua não associadas a um suporte.

Também podem ser incluídas **construções especiais** que transformem o suporte, gerando um maior impacto.

Pode abranger as seguintes execuções:

Digital interativo: Qualquer campanha em suportes OOH transformados ou em suportes DOOH nativos que emitam conteúdos digitais focados em gerar interação com o utilizador. Podem incluir campanhas que procuram a participação do consumidor através de ecrãs digitais/tácteis, tecnologia de movimento, RV/RA, utilização de dispositivos móveis e integração/amplificação em redes sociais, jogos interativos ou conteúdo dinâmico ligado a *feeds* de dados.

Experiências Associadas a Suporte: Qualquer campanha em suportes OOH/DOOH que envolva o utilizador através de interação física direta com o suporte. Pode incluir experiências imersivas em grande ou pequena escala, através de marketing experiencial e sensorial. A experiência deve estar associada à existência de um suporte de exterior, em qualquer ambiente ou formato.

Experiências Não Associadas a Suporte: Qualquer ativação de exterior não associada a suportes OOH/DOOH que gere interação entre utilizador e marca. Pode incluir instalações especiais ou ativações que envolvam algo ao vivo e sejam presenciadas por um público em tempo real, como stands de marca, eventos promocionais, ações de street marketing ou relações-públicas (PR).

Construções Especiais: Qualquer campanha que implique transformações do suporte com construções especiais como, por exemplo, elementos corpóreos que modifiquem a morfologia original do suporte.

Critérios de Valorização

Os critérios de valorização de uma campanha de Experiência de Marca podem basear-se, por um lado, no aproveitamento criativo e não convencional dos suportes, e, por outro, na criação de uma experiência que pode ser interativa/imersiva entre o utilizador e o suporte, ou com o entorno e os espaços públicos onde a ação se desenvolve.

Material necessário para a inscrição

OBRIGATÓRIO

Descrição da campanha - Máximo 500 palavras através do campo no formulário

Fotografias da campanha - JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px)

Ficha de aprovação da campanha - Preenchida e assinada/carimbada

MUITO RECOMENDÁVEL

URL do video - (Youtube ou VIMEO)

Vídeo case da campanha - MP4, peso máximo de 1GB

OPCIONAL

Board ou imagem resumo - PDF

CATEGORIA
USO EFICAZ DO MEIO

Descrição da Categoria

Poderão ser apresentadas campanhas concebidas para qualquer suporte convencional ou digital, em qualquer ambiente ou formato de publicidade exterior, que demonstrem um uso eficaz do meio.

Nesta categoria, será valorizada a demonstração da eficácia que a campanha teve ao nível dos objetivos de negócio, alcançados através da utilização da publicidade exterior, de acordo com os dados apresentados no case.

Critérios de Valorização

Os critérios de avaliação das campanhas inscritas na categoria Uso Eficaz do Meio basear-se-ão na análise de KPIs. Pretende-se destacar a excelência no uso da publicidade exterior para cumprir objetivos de negócio, valorizando simultaneamente aspetos como a inovação e a criatividade ao serviço da eficácia.

Devem ser apresentados KPIs comprovados, qualitativos e/ou quantitativos, gerados pela campanha (incluindo fonte e metodologia de obtenção). Estes resultados têm de estar alinhados com os objetivos da campanha e servirão para demonstrar a sua eficácia destacada em publicidade exterior.

Subcritérios

Estratégia (30%)
Será valorizada a estratégia da comunicação desenvolvida em meio exterior.

Ideia e Execução (25%)
Será valorizado o grau de inovação que supõe a solução apresentada e, muito especialmente, as novas ideias criativas no uso do meio exterior.

Resultados (45%)
Será valorizado o nível de retorno do investimento realizado em comunicação, a sua explicação e justificação. Será valorizada a qualidade e a inovação das ferramentas de medição utilizadas para demonstrar os efeitos da comunicação.

Material necessário para a inscrição

OBRIGATÓRIO

Descrição da campanha
Máximo 500 palavras através do campo no formulário.

Métricas de *performance* (KPIs)
Apresentação de KPIs comprovados, qualitativos e/ou quantitativos, gerados pela campanha, incluindo fonte e metodologia de obtenção. Formato PDF.

Fotografias da campanha
JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px)

Ficha de aprovação da campanha
Preenchida e assinada/carimbada

MUITO RECOMENDÁVEL

Board ou imagem resumo
PDF

OPCIONAL

URL do video
(Youtube ou VIMEO)

Vídeos MP4
Peso máximo de 100mb

CATEGORIA
IMPACTO DOOH

Descrição da Categoria

A categoria **Impacto DOOH** reconhece campanhas que exploram de forma exemplar o potencial da publicidade digital exterior, transformando cada ecrã num suporte vivo, dinâmico e envolvente.
Serão consideradas campanhas em qualquer suporte **DOOH**, em ambientes como mobiliário urbano, centros comerciais, transportes ou grandes formatos, que se destaquem pelo **uso criativo e inteligente do formato digital** para gerar impacto visual, reforçar a mensagem da marca e valorizar o contexto onde são exibidas.

Critérios de Avaliação

Os critérios de avaliação da categoria Impacto DOOH podem abranger, entre outros:

Ideia criativa e linguagem visual
Valorizam se campanhas com uma ideia forte e clara, apoiada numa execução gráfica consistente, que aproveite o formato digital para potenciar a mensagem.

Uso eficaz das capacidades do DOOH
Considera se a forma como o conteúdo explora o movimento, o ritmo, a composição, o contraste e a legibilidade, bem como a adaptação ao formato específico de cada suporte e às suas características técnicas.

Impacto e relevância em contexto
Analisa se o papel da campanha no local onde é exibida, a adequação ao público, ao ambiente e ao momento, bem como a capacidade de captar atenção e permanecer na memória.

Inovação na utilização do meio
Serão valorizadas abordagens que apresentem soluções novas ou pouco convencionais, seja através de conteúdos dinâmicos, integração com outros canais, utilização de dados em tempo real ou combinação de diferentes suportes DOOH.

A ponderação destes critérios ficará à discrição do júri, que poderá destacar as campanhas que melhor demonstrem o valor do DOOH enquanto meio estratégico na comunicação de marca.

Material necessário para a inscrição

OBRIGATÓRIO

Descrição da campanha
Máximo 500 palavras através do campo no formulário.

Artes Finais (em JPGs, PNGs ou MP4)
Para analisar através das ferramentas de IA

Fotografias da campanha
JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px)

Ficha de aprovação da campanha
Preenchida e assinada/carimbada

MUITO RECOMENDÁVEL

Board ou imagem resumo
PDF

OPCIONAL

URL do video
(Youtube ou VIMEO)

Vídeo case da campanha
MP4, peso máximo de 1GB

CATEGORIA
ESCOLHA DO PÚBLICO

Descrição da Categoria

A categoria **Escolha do Público** reconhece a campanha de OOH/DOOH que mais se destacou junto das pessoas que a viram no dia a dia, premiando a criatividade com maior impacto e recordação.

Nesta categoria, é o público que decide qual foi a campanha que mais o marcou: aquela que ficou na memória, gerou conversa, despertou emoção ou simplesmente se destacou no meio de toda a publicidade exterior. A ***shortlist*** que será colocada a votação será previamente definida pelo júri, com base nas campanhas inscritas nas diferentes categorias.

A votação decorrerá **na plataforma online dos JCDecaux Awards**, em regime de **votação aberta a qualquer pessoa**, sendo que **cada pessoa só pode votar uma vez**. A campanha vencedora será aquela que obtiver o maior número de votos, entre as selecionadas para esta categoria, refletindo a escolha espontânea do público impactado pela publicidade exterior ao longo do ano civil de 2026.

Critérios de Avaliação

Embora o prémio seja atribuído pelo público através de votação, a pré seleção das campanhas para a categoria Escolha do Público terá em conta, entre outros, os seguintes aspetos:

Visibilidade e presença
Campanhas que tenham tido uma presença relevante em suportes de exterior (mobiliário urbano, centros comerciais, transportes, grandes formatos, etc.).

Força da ideia criativa
Claridade da mensagem, originalidade do conceito e capacidade de se diferenciar no espaço público.

Impacto e memorabilidade
Potencial da campanha para gerar recordação, emoção ou afinidade com a marca, sendo facilmente reconhecida pelo público.

A decisão final é feita exclusivamente pelo público, através da votação online, refletindo a campanha que, para o utilizador, foi a que mais se destacou ao longo do período considerado.

Exclui-se a necessidade de submeter quaisquer outros materiais para além dos já indicados e submetidos nas categorias de Execução Visual, Experiência de Marca, Uso Eficaz do Meio e Impacto DOOH.

CATEGORIA
NOVOS CRIATIVOS

Descrição da Categoria

Os participantes deverão trabalhar sobre o *briefing* desenvolvido pela **APOIARTE – Casa do Artista** para desenvolver uma campanha aplicada ao meio OOH.

Material necessário para a inscrição

OBRIGATÓRIO

Descrição da campanha
Máximo 250 palavras através do campo no formulário

Peças da campanha
JPG ou PNG de 1920x1080px

Maquetes com as peças da campanha aplicadas nos suportes de publicidade exterior
JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px)

Certificado de matrícula
Documento oficial emitido pela instituição de ensino

MUITO RECOMENDÁVEL

Board ou imagem resumo
PDF

OPCIONAL

URL do video
(Youtube ou VIMEO)

Vídeo case da campanha
MP4, peso máximo de 1GB

JCDecaux AWARDS

A EXCELÊNCIA DA PUBLICIDADE EXTERIOR

2027