JCDecaux
AWARDS

# Regulamento

2027 *A EXCELÊNCIA DA PUBLICIDADE EXTERIOR*

# ÍNDICE

1. CONDIÇÕES GERAIS 1

2. PRAZOS DE INSCRIÇÃO 1

3. INSCRIÇÃO PARA PROFISSIONAIS DO SETOR 1

4. INSCRIÇÃO PARA NOVOS CRIATIVOS 7

5. O JÚRI 8

6. VENCEDORES 9

7. DIREITOS 9

8. PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS 10

## INTRODUÇÃO

Os JCDecaux Awards reconhecem e promovem o talento, as ideias criativas e as boas campanhas no meio OOH, realizadas por agências criativas, agências de meios e anunciantes em Portugal. Adicionalmente, divulgam e premeiam a criatividade no meio académico.

## 1. CONDIÇÕES GERAIS

Os JCDecaux Awards abrangem os seguintes participantes:

• **Profissionais do setor**: Destinada a agências de meios, agências criativas, agências digitais, anunciantes diretos e profissionais *freelancer*.

• **Novos criativos**: Dirigida a estudantes de publicidade, marketing, design ou similar, com idades compreendidas entre 18 e 29 anos, residentes legais em Portugal e que durante o período do concurso frequentem o ensino superior numa universidade ou escola profissional certificada.

## 2. PRAZOS DE INSCRIÇÃO

As datas para a submissão de candidaturas para os JCDecaux Awards, são:

• Prazo para inscrição de campanhas: de 19 de outubro de 2026 às 00h00 a 14 de janeiro de 2027, às 23h59.

• Divulgação dos vencedores na gala de entrega dos prémios, dia 2 de março de 2027.

## 3. INSCRIÇÃO PARA PROFISSIONAIS DO SETOR

### 3.1 Quem pode participar como profissional do setor?

Podem participar agências de meios, agências criativas, agências digitais, anunciantes diretos ou profissionais freelancer portugueses ou com residência em Portugal.

As campanhas a concurso deverão ter sido divulgadas no período compreendido **entre 1 de janeiro de 2026 a 31 de dezembro de 2026**.

Podem submeter-se a concurso campanhas realizadas e divulgadas em Portugal, desde que tenham sido criadas por agências ou anunciantes com domicílio fiscal em Portugal.

Não é obrigatório que as campanhas tenham sido divulgadas em equipamentos da JCDecaux, podem participar campanhas exibidas em qualquer outra empresa de publicidade exterior.

É possível inscrever mais de uma campanha em uma ou várias categorias, uma vez que não há limite de participação. O único requisito obrigatório é fazer a submissão individual por campanha, através do preenchimento do formulário de inscrição.

**A inscrição não tem nenhum custo associado**, é gratuito.

### 3.2 QUAIS SÃO AS CATEGORIAS?

Enquanto profissional de setor, poderão submeter campanhas em qualquer uma das seguintes categorias:

#### Execução Visual

Podem apresentar-se a concurso campanhas desenvolvidas para qualquer suporte convencional ou digital desde que seja um formato para publicidade exterior, desde mobiliário urbano, lonas, centros comerciais, transportes. Estão compreendidos os seguintes formatos:

• **Print**: qualquer criatividade em suportes OOH em qualquer ambiente, desde mobiliário urbano, centros comerciais, transportes ou lonas. Incluindo impressões em suportes OOH/DOOH como vinis parciais/integrais ou ações de marketing espetaculares.

• **Digital**: qualquer criatividade digital, com ou sem movimento, em suportes DOOH em qualquer ambiente de publicidade exterior. Pode incluir animações tanto em 2D como 3D.

Na criatividade, valorizar-se-á a ideia criativa bem como a eficácia do uso da linguagem visual, tanto em conteúdos impressos como digitais.

Os critérios de avaliação de uma campanha de Execução Visual devem corresponder a uma boa ideia criativa, um design adequado e a sua correta adaptação ao ambiente OOH.

Para avaliar esta categoria, a JCDecaux poderá recorrer a ferramentas exteriores de análise baseadas em Inteligência Artificial, sendo que o participante, ao submeter a campanha, manifesta sua expressa concordância com a utilização deste meio de avaliação.

#### Experiência de Marca

Poderão apresentar-se campanhas concebidas para qualquer suporte convencional ou digital, em qualquer ambiente ou formato de exterior, bem como em espaços públicos sem suporte de exterior. Serão valorizadas as campanhas que transcendam a linguagem visual, conseguindo interagir com o utilizador, seja através da integração de tecnologia interativa/sensorial no suporte ou de ativações experienciais de rua não associadas a um suporte. Podem também 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 DOOH que contenham conteúdos digitais focados em gerar interação com o público. Podem incluir campanhas que procurem a participação do consumidor através de ecrãs digitais/táteis, tecnologia de movimento, RV/RA (Realidade Virtual/Aumentada), utilização de telemóveis e integração/amplificação em redes sociais, jogos interativos ou conteúdo dinâmico ligado a *feeds* de dados.

• **Experiências Associadas ao Equipamento**: qualquer campanha em suportes OOH/DOOH que envolva o utilizador através de interação física direta com o suporte. Pode incluir experiências imersivas de 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 ao Equipamento**: qualquer ativação de exterior não associada a suportes OOH/DOOH que gere interação entre o utilizador e a marca. Pode incluir instalações especiais ou ativações que impliquem algo ao vivo e sejam presenciadas por um público em tempo real, tais como stands de marca, eventos promocionais, *street marketing* ou ações de RP (Relações-Públicas).

• **Construções Especiais**: qualquer campanha que envolva transformações do suporte com construções especiais como, por exemplo, elementos corpóreos que modifiquem a morfologia original do suporte.

Os critérios de avaliação de uma campanha de Experiência de Marca podem responder, por um lado, ao aproveitamento criativo e não convencional dos suportes ou, por outro, à criação de uma experiência, que pode ser interativa/imersiva, entre o utilizador e o suporte ou com o ambiente e os espaços públicos onde a ação se desenrola.

### Uso Eficaz Do Meio Exterior

Poderão ser inscritas campanhas concebidas para qualquer suporte convencional ou digital, em qualquer ambiente ou formato de publicidade exterior, desde que evidenciem um uso eficaz do meio. A campanha deverá evidenciar de forma clara o contributo da publicidade exterior para os resultados apresentados.

A avaliação das campanhas nesta categoria basear-se-á, predominantemente, na análise de indicadores de desempenho (KPIs) comprovados, quer de natureza qualitativa, quer quantitativa, devidamente acompanhados da respetiva fonte e metodologia de recolha. O júri apreciará a articulação entre objetivos, estratégia, meios utilizados e resultados obtidos, bem como a adequação da solução de exterior ao contexto da marca e do público.

Adicionalmente, serão tidos em conta aspetos como a inovação na utilização do meio, a integração da campanha com outros canais de comunicação e a criatividade orientada para a eficácia.

A avaliação distribuir-se-á por três dimensões fundamentais: **Estratégia (30%)**, onde se valoriza a estratégia da comunicação desenvolvida em meio exterior; **Ideia e Execução (25%)**, em que se analisa o grau de inovação da solução apresentada e, de forma particular, as novas ideias criativas no uso do meio exterior; e **Resultados (45%)**, dimensão que aprecia o retorno do investimento realizado em comunicação, a explicação e justificação desses resultados, bem como a qualidade e a inovação das ferramentas de medição utilizadas para demonstrar os efeitos da comunicação.

**Impacto DOOH**

Poderão apresentar-se campanhas em qualquer suporte DOOH que explorem de forma exemplar o potencial da publicidade digital exterior, transformando cada ecrã num suporte vivo, dinâmico e envolvente. Serão consideradas campanhas 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.

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.

**Escolha do Público**

Nesta categoria, é o público que decide qual foi a campanha de OOH/DOOH 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* a submeter a votação será previamente definida pelo júri, com base nas campanhas inscritas nas diferentes categorias dos JCDecaux Awards.

A votação decorrerá na plataforma online dos JCDecaux Awards, em regime de votação aberta a qualquer pessoa, sendo que cada pessoa apenas poderá 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.

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 recordação**: potencial da campanha para gerar recordação, emoção ou afinidade com a marca, sendo facilmente reconhecida pelo público.

A campanha premiada corresponderá, assim, àquela que, para o utilizador, se tenha destacado de forma mais evidente ao longo do período considerado.

### 3.3. COMO PARTICIPAR COMO PROFISSIONAL DO SETOR?

A inscrição será realizada através do formulário de inscrição para 'Profissionais do Setor' disponível na plataforma https://jcdecauxpt.koolfest.com/.

Para a inscrição será necessário:

• Fornecer os **dados identificativos da campanha**: título, anunciante, marca/produto, agência de meios, agência criativa, data de início e fim da campanha.

• Incluir uma **descrição de, no máximo, 500 palavras** que destaque a ideia criativa, estratégia, execução e resultados de negócio alcançados, se aplicável.

• Fornecer os **dados do responsável pela inscrição da campanha** para atuar como interlocutor durante todo o processo.

• Carregar as **peças que melhor exponham a campanha**. Importante: os nomes das agências (tanto criativa como de meios) não devem ser incluídos nas peças, devendo aparecer apenas no formulário. Os tipos de ficheiros que podem ser carregados são os seguintes:

  ▪ **Board ou imagem de resumo** – PDF

  ▪ **Fotografias da campanha** – JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px).

  ▪ **Artes Finais** – JPG, PNG ou MP4, na dimensão real do suporte publicitário. Estes ficheiros apenas serão necessários nas categorias Execução Visual e Impacto DOHH, uma vez que poderão ser utilizados para analisar a correta adaptação da criatividade ao meio exterior através de ferramentas de terceiros baseadas em Inteligência Artificial.

  ▪ **Vídeo case da campanha** – MP4 de, no máximo, 1GB ou URL para plataforma de vídeo (YouTube ou Vimeo).

• Assinar e anexar o formulário de inscrição a "Ficha de Aprovação e Autorização de Campanha". Esta ficha deve ser assinada pela empresa que aprovou a campanha e serve para garantir a sua existência e exibição em exterior. A ficha está disponível para descarga na secção correspondente dentro do próprio formulário de inscrição.

## 4. INSCRIÇÃO PARA NOVOS CRIATIVOS

### 4.1. QUEM PODE PARTICIPAR COMO NOVO CRIATIVO?

• Podem participar nesta categoria **estudantes de publicidade, design ou áreas semelhantes,**

**com idades entre os 18 e 29 anos**, residentes legais em Portugal e que, durante a vigência do concurso, estejam a frequentar uma licenciatura, mestrado ou equivalente em publicidade, design ou áreas afins, numa Universidade ou Escola Profissional homologada.

• Cabe aos participantes decidir se participam de forma individual, em duplas ou em grupos. **Importante**: no caso de participação em duplas ou grupos e resultando vencedores do ouro, apenas uma pessoa poderá aceder ao prémio, cabendo ao grupo decidir quem será o beneficiário (Ver ponto 6).

• Os participantes apenas poderão inscrever uma campanha.

• **A inscrição não tem custos**, é de carácter gratuito.

### 4.2. COMO PARTICIPAR COMO NOVO CRIATIVO?

Os participantes deverão trabalhar com base no *briefing* desenvolvido pela **APOIARTE – Casa do Artista** para conceber uma campanha aplicada ao meio exterior.

O documento do *briefing* está disponível para *download* e consulta na página dos JCDecaux Awards.

Uma vez criada a campanha, a inscrição será realizada através do formulário de inscrição para Novos Criativos disponível na plataforma https://jcdecauxpt.koolfest.com/.

Para a inscrição será necessário:

• **Fornecer os dados identificativos da campanha**.

• **Incluir uma breve descrição de, no máximo, 250 palavras** que destaque a ideia criativa.

• **Fornecer os dados do responsável pela inscrição** da campanha para atuar como interlocutor durante todo o processo de inscrição.

• **Carregar as peças que melhor exponham a campanha**. Os tipos de ficheiros que podem ser carregados são os seguintes:

- **Board ou imagem de resumo** – PDF
- **Maquetes da campanha** – JPG ou PNG (1920x1080px ou 1080x1920px).
- **Vídeo case da campanha** – MP4 de, no máximo, 1GB ou URL para plataforma de vídeo (YouTube ou Vimeo).

## 5. O JÚRI

Os membros do Júri serão profissionais de destaque do setor. Dentre os seus membros, um será nomeado presidente.

O Júri poderá atribuir, em cada categoria da área, profissionais do setor ou novos criativos, um primeiro, segundo e terceiro prémio. Além disso, no caso das inscrições de "Profissionais do Setor", o Júri poderá atribuir um Grande Prémio.

Os membros do Júri comprometem-se a guardar estrita confidencialidade sobre as deliberações. Do mesmo modo, **o Júri abster-se-á de votar e não emitirá opiniões sobre**

**quaisquer peças apresentadas pela sua própria empresa, bem como por sociedades que com ela se encontrem em relação de domínio ou integradas em grupo de sociedades**. Poderá, contudo, votar relativamente a peças apresentadas por outras empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial, desde que não sejam sociedades dominadas pela empresa à qual o membro do Júri esteja diretamente vinculado. Para efeitos da presente disposição, observam-se, com as necessárias adaptações, os conceitos de sociedade dominante e grupo de sociedades previstos nos artigos 488.º, 489.º e 492.º do Código das Sociedades Comerciais.

O Júri reserva-se o direito de efetuar as alterações que considere oportunas em prol da melhoria dos prémios, respeitando a estrutura de categorias exposta nas presentes bases. As decisões adotadas pelo Júri são definitivas e irrevogáveis, desde que se ajustem às presentes bases.

## 6. VENCEDORES

Os vencedores serão anunciados publicamente na cerimónia de entrega de prémios, que se realizará em março de 2027.

No caso das categorias de "Profissionais do Setor", serão atribuídos um primeiro, segundo e terceiro prémio, além de um Grande Prémio, se o Júri assim o decidir.

No caso da categoria de "Novos Criativos", o primeiro prémio consiste numa bolsa remunerada entre 3 e 6 meses (mediante a disponibilidade da pessoa) no Departamento de Marketing da JCDecaux Portugal, desde que, no momento da adjudicação, a pessoa beneficiária tenha a condição de estudante e mantenha a sua matrícula ou processo académico em vigor.

A referida bolsa destina-se a uma única pessoa. Consequentemente, quando a candidatura premiada tiver sido apresentada conjuntamente por dois ou mais participantes, caberá aos membros dessa candidatura acordar e comunicar qual das pessoas será finalmente beneficiária da bolsa, desde que cumpra os requisitos exigidos para o seu usufruto.

Caso a pessoa vencedora do Primeiro Prémio (Ouro) não cumpra os requisitos para usufruir da bolsa ou renuncie expressamente a ela, esta poderá ser oferecida, por esta ordem, ao Segundo Prémio (Prata) e, na sua falta, ao Terceiro Prémio (Bronze), desde que as pessoas propostas cumpram igualmente os requisitos estabelecidos para a bolsa. Se nenhuma delas reunir os requisitos ou aceitar a bolsa, a JCDecaux Portugal não será obrigada a adjudicá-la a nenhum outro participante.
Uma vez atribuído o prémio, será a JCDecaux Portugal a gerir tudo o que esteja relacionado com o vencedor.

## 7. DIREITOS

Os participantes cedem gratuitamente, em exclusivo, sem limitação territorial e pelo prazo máximo reconhecido pela legislação vigente, à JCDecaux Portugal, os direitos de propriedade intelectual que lhes correspondam sobre a(s) criatividade(s) apresentada(s) para a sua participação na categoria Novos Criativos, incluindo os direitos de utilização, edição, publicação, reprodução, distribuição e comunicação pública. Os participantes garantem ser os titulares dos direitos de propriedade intelectual da(s) criatividade(s) apresentada(s) na referida categoria.

Os participantes na categoria Profissionais do Setor cedem o direito de utilização e difusão das criatividades apresentadas a concurso para efeitos de comunicação pública da JCDecaux Portugal. Tais peças poderão ser incluídas em dossiês físicos ou eletrónicos da empresa JCDecaux Portugal, como exemplo de criatividade aplicada ao Meio Exterior. A JCDecaux Portugal possuirá todos os direitos de imagem e uso inerentes às criatividades vencedoras. A participação implica a aceitação expressa das presentes bases de participação.

A JCDecaux Portugal reserva-se o direito de admissão de qualquer criatividade apresentada a concurso.

Os participantes que venham a ser finalistas e/ou vencedores cedem os seus direitos de imagem para efeitos de promoção e comunicação pública da JCDecaux Portugal nos seus canais próprios e em comunicados de imprensa a terceiros sobre o JCDecaux Awards, bem como para registo e divulgação da atividade e do negócio do Grupo Empresarial ao qual pertence a JCDecaux.

Os participantes que venham a ser finalistas e/ou vencedores aceitam e autorizam que a JCDecaux Portugal não será responsável pelos diferentes usos que as redes sociais e/ou os seus utilizadores possam fazer dos dados/imagem quando estes sejam carregados em qualquer rede social.

## 8. PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Da conformidade com o disposto no Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, designadamente o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), bem como a legislação portuguesa aplicável, nomeadamente a Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto, que assegura a execução do RGPD em Portugal, e demais legislação relevante, indica-se que:

• O responsável pelo tratamento de dados é a JCDecaux Portugal, Beco da Aviação n. º1, Granja do Alpriate, 2625-607 Vialonga, Portugal.

• A finalidade principal do tratamento é única e exclusivamente gerir o concurso "JCDecaux Awards". Da mesma forma, a JCDecaux Portugal compromete-se a dar um uso adequado aos dados obtidos como consequência da supramencionada finalidade.
• No âmbito do presente concurso, a JCDecaux Portugal tratará, entre outros, os seguintes dados pessoais dos participantes: dados de identificação (por exemplo, nome, número de documento de identificação, data de nascimento), dados de contacto (morada, telefone, endereço de correio eletrónico), dados académicos e/ou profissionais (instituição de ensino, curso, função, entidade empregadora), bem como dados de imagem e de voz integrados nas campanhas submetidas e nos materiais de promoção e comunicação associados ao concurso.

• Os dados serão conservados durante todo o período de vigência do presente concurso, e, posteriormente, pelo prazo necessário ao cumprimento de obrigações legais aplicáveis e à defesa de direitos da JCDecaux Portugal em eventuais processos judiciais ou administrativos decorrentes do concurso, não excedendo, em qualquer caso, os prazos de prescrição legalmente previstos. Findo esse período, os dados serão eliminados ou anonimizados de forma irreversível, salvo quando a sua conservação adicional seja legalmente exigida.

• Os dados dos utilizadores não serão objeto de cedência a terceiros.

• A cedência dos direitos de propriedade intelectual e de imagem prevista na cláusula 7 do presente Regulamento é realizada em articulação com o regime de proteção de dados pessoais aqui descrito, não prejudicando os direitos que assistem aos participantes enquanto titulares de dados nos termos do RGPD e da legislação portuguesa aplicável.

**Destinatário dos Dados**

Para efeitos da gestão do concurso, os dados dos participantes poderão ser comunicados a outras entidades do Grupo JCDecaux, a prestadores de serviços que atuem enquanto subcontratantes (por exemplo, fornecedores de serviços de tecnologia, organização de eventos, plataformas de inscrição e votação), bem como a autoridades públicas competentes, na medida em que tal comunicação seja necessária ou obrigatória, de acordo com a legislação em vigor.

A JCDecaux Portugal poderá transferir os seus dados pessoais a terceiros e fornecedores localizados fora do Espaço Económico Europeu (EEE), os quais dispõem de uma regulamentação em matéria de proteção de dados diferente e não equivalente às Leis e Regulamentos de Proteção de Dados.

Nesses casos, a JCDecaux Portugal garante a adoção das salvaguardas adequadas para proporcionar aos dados pessoais um nível de segurança e proteção equiparável ao previsto nas Leis e Regulamentos de Proteção de Dados da UE, nos termos estabelecidos na legislação aplicável (por exemplo, através da assinatura de Cláusulas Contratuais-Tipo aprovadas pela Comissão Europeia e da implementação das medidas técnicas e organizativas necessárias), de forma a garantir com cada fornecedor um nível de segurança adequado.

Os utilizadores podem exercer, caso estejam interessados, os seus direitos de acesso, retificação, eliminação, oposição, limitação do tratamento de dados, portabilidade de dados, bem como o direito a não serem objeto de decisões automatizadas, mediante pedido dirigido à atenção do Responsável de Proteção de Dados, JCDecaux Portugal, no Beco da Aviação n.º1, Granja do Alpriate, 2625-607 Vialonga, Portugal, ou para o seguinte endereço de correio eletrónico: dpo.pt@jcdecaux.com, anexando cópia do seu documento de identificação.

Se quiser saber mais sobre o tratamento dos seus dados pessoais por parte da JCDecaux Portugal, pode consultar a nossa Política de Privacidade no nosso site, em Política de Privacidade – JCDecaux Portugal.

JCDecaux
AWARDS

# *A EXCELÊNCIA DA PUBLICIDADE EXTERIOR*

2027