

MÍDIA KIT





COM A JCDECAUX, A CIDADE COMUNICA

O impacto do OOH:

ATENÇÃO

75%

dizem **notar sempre as publicidades e marcas** que anunciam nos ativos

LEMBRANÇA

78%

dizem lembrar de **dois ou mais** formatos de mídia

AÇÃO

82%

declarou fazer algo **após ver a campanha nas ruas**

Base: Estudos pós-venda realizados pela JCDecaux em parceria com a Offerwise. Respondentes que foram expostos às campanhas. Benchmark de mais de 100 estudos pós-venda.

Líder **global** em **OOH**

Há 60 anos no mercado, a **JCDecaux** está todos os dias em contato com milhões de pessoas.

São mais de 80 países e 3.500 cidades, nas quais oferecemos cada vez mais serviços e informações relevantes.



BRASIL

Negócios locais consolidados

14
estados

+60MM
de pessoas

Alcançando pessoas de todo o país
(e mundo) nos principais aeroportos do Brasil.



SUSTENTABILIDADE

no centro dos negócios



DESDE O INÍCIO, OLHANDO PARA O FUTURO



Frota Flex abastecida com etanol.



Substituição 100% das lâmpadas fluorescentes por LEDs em equipamentos/móveis.



Uso de produtos biodegradáveis para limpeza de móveis.



Captação de água da chuva em todas as unidades para limpeza de carros, móveis e prédios.



100% dos resíduos enviados para empresas de resíduos e reciclagem aprovadas.



Redução das emissões de CO2 provenientes do uso de energia elétrica nos equipamentos.



Compensação de 100% do consumo de energia utilizada em móveis com a aquisição de I-RECs.



Substituição de lonas por policarbonato: melhor iluminação, mais durável e ecologicamente correta.



Reaproveitamento de materiais danificados nas bases dos móveis.



ISO 14001 Certificação de Gestão Ambiental.

Líder global. Impacto local.



Portfólio de soluções



RUAS

MUB

SP | RJ | CAM | FOR | BSB | MA



MUPI RIO

RJ



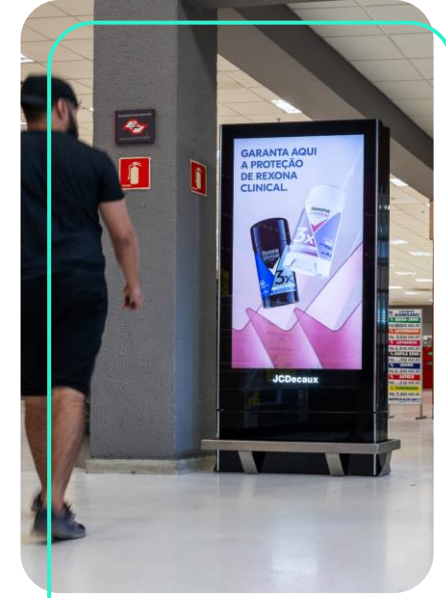
METRÔ

SP | 1, 2, 3, 4, 5 e 15
BA | 1 e 2



AEROS

BSB e GRU



RETAIL

90 lojas

FORMATO MAIS VISTO COM MAIOR COBERTURA



+27MM

de pessoas são impactadas mensalmente
por publicidade no mobiliário urbano



DISTRIBUIÇÃO PELO PAÍS

*Inventário em constante atualização

SÃO PAULO



3269 faces
Estático + Digital

RIO DE JANEIRO



2994 faces
Estático + Digital

BRASÍLIA



2086 faces
Estático + Digital

CAMPINAS



500 faces
Estático + Digital

SÃO LUÍS



196 faces
Estático

FORTALEZA



959 faces
Estático + Digital

ARACAJU



200 faces
Estático

NATAL



300 faces
Estático

BELÉM



302 faces
Estático + Digital

DADOS

soluções de dados e insights, do planejamento à entrega

PROJETOS

inovadores, criativos e impactantes

ROTEIROS

personalizados e certos

Metrô

Alto índice de recall e conexão com o target

90% são economicamente ativos

62% tem entre 18-34 anos

74% concordam que a propaganda no metrô diverte

Fonte: Pesquisa JCDecaux e o metrô, em parceria com o Datafolha. Base: 8,7 mil entrevistas. Dezembro/2022.



São **7,6 milhões**
de passageiros circulando diariamente
pelo **Metrô de São Paulo**





Aproximadamente

810 mil passageiros

circulando diariamente pelo

Metrô de Salvador

L1

8 ESTAÇÕES



400K

circulação/dia

L2

12 ESTAÇÕES



410K

circulação/dia

Passam por **Guarulhos**
+ de **3,2 milhões de**
passageiros mensais,
tornando-o o mais movimentado do país



64%

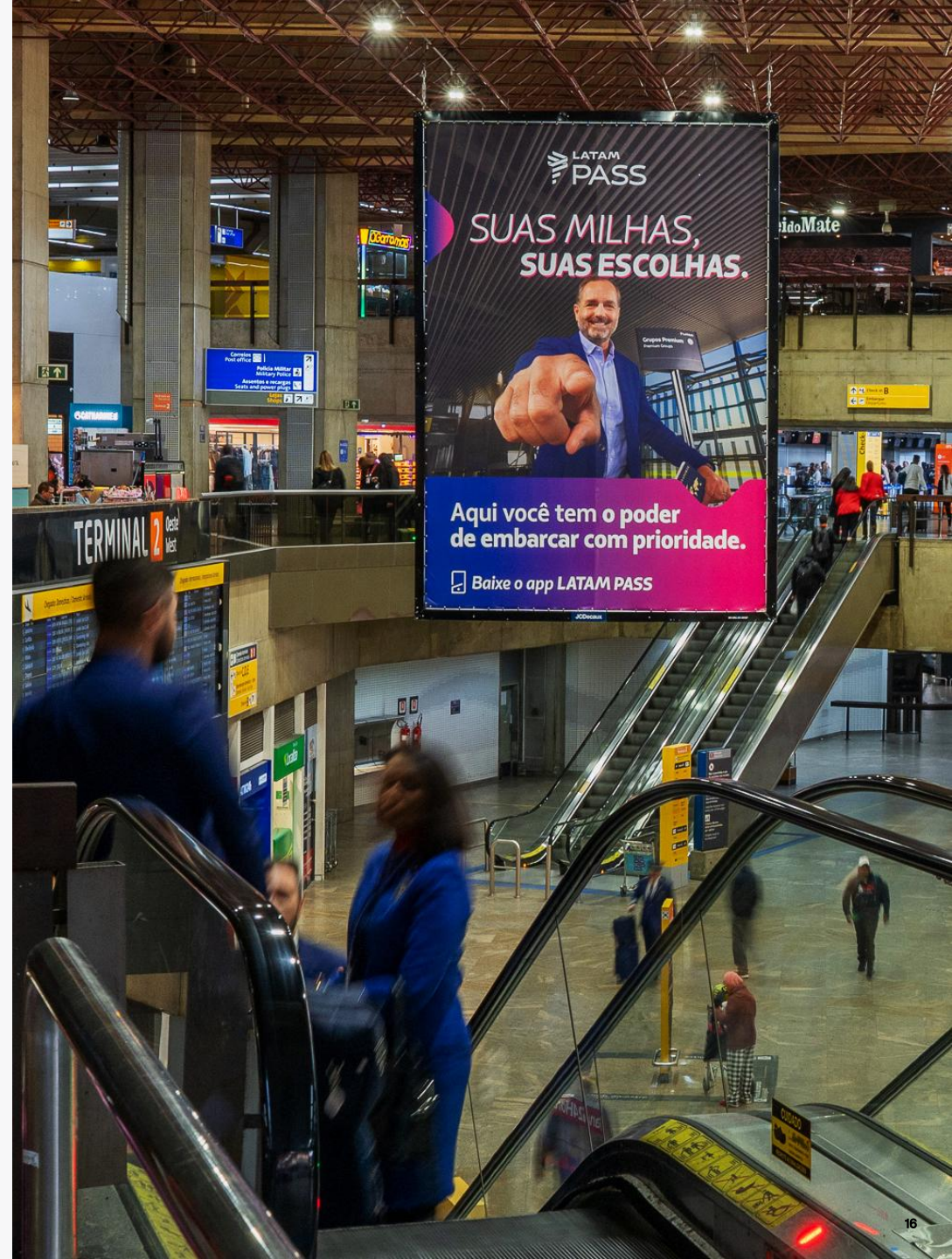
VOOS DOMÉSTICOS

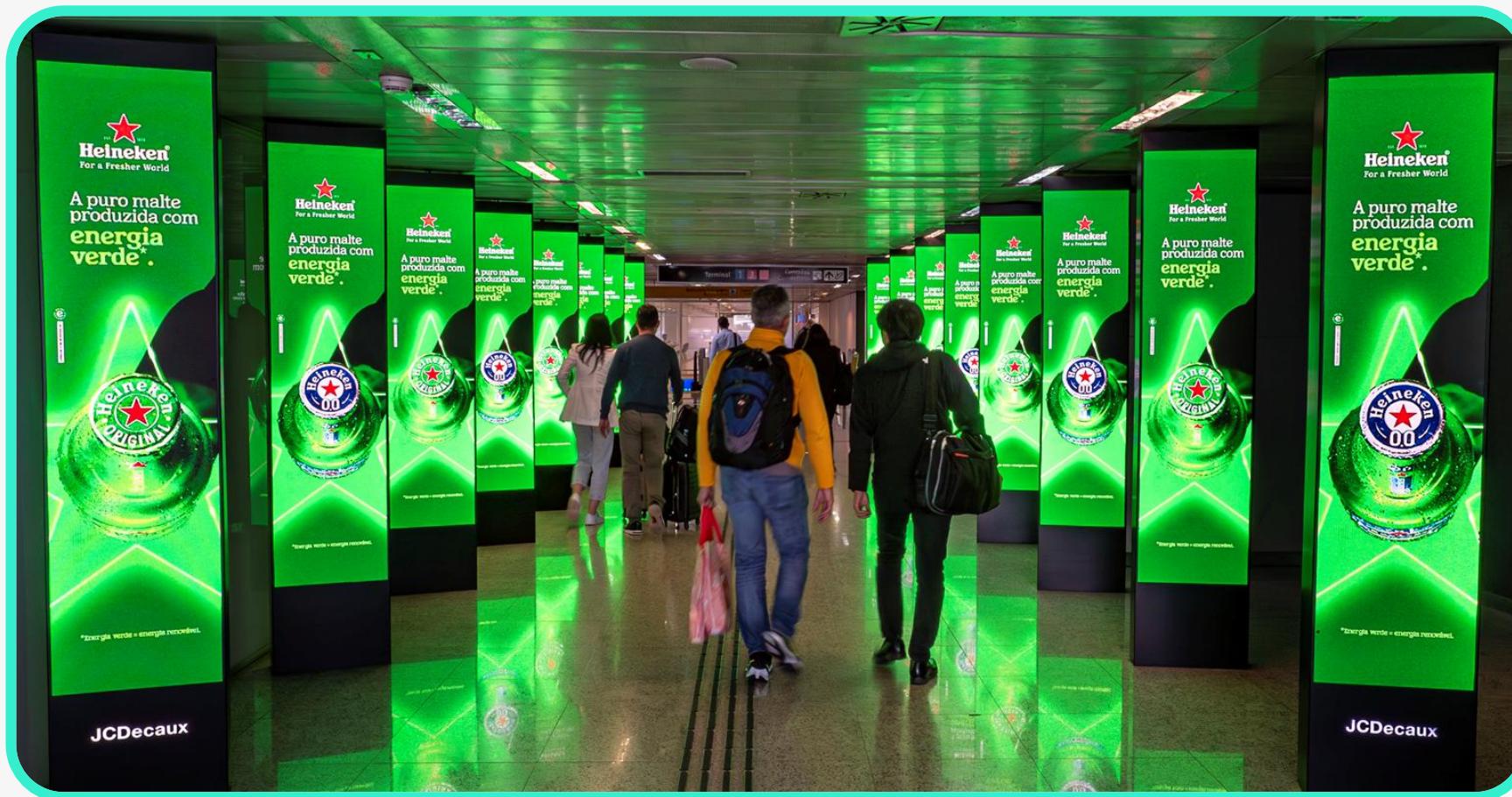


36%

VOOS INTERNACIONAIS

Fonte: GRU Airport – Janeiro/2025 até Dezembro/2025





1º lugar no ranking dos aeroportos nacionais, com 36% da movimentação aeroportuária do Brasil.



O T2 representa **14% da audiência aeroportuária**. É 32% maior que o aeroporto de Congonhas.



O T3 movimenta apenas passageiros internacionais e, se fosse um aeroporto à parte, seria o **6º maior do Brasil**.

Perfil do PAX - GRU

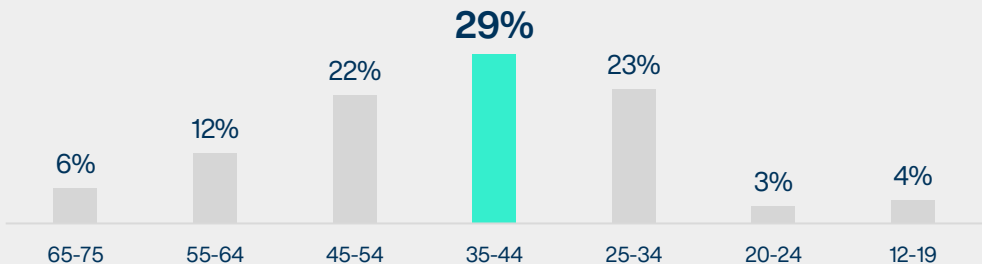


69%
homens



31%
mulheres

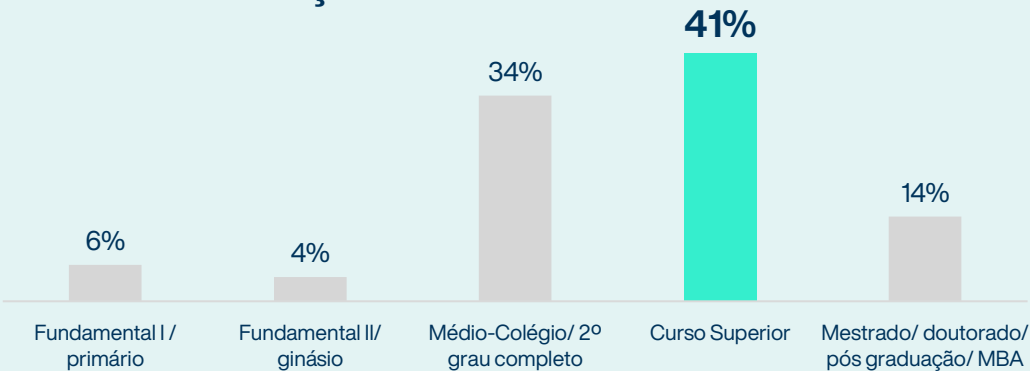
Faixa etária



74%

dos passageiros que viram
anúncios em mídia OOH
pertencem à **classe AB.**

Nível de instrução



Fonte: Pesquisa realizada pela JCDecaux em parceria com a Datafolha com 624 passageiros dos aeroportos de Guarulhos e Brasília. Outubro/2024.
Fonte: TG BR 2023 R4 (pessoas) – Copyright TGI LATINA 2023.

Passam por **Brasília**
+1,5 milhões de
passageiros, tornando-o
o **4º maior aeroporto do país**



95%

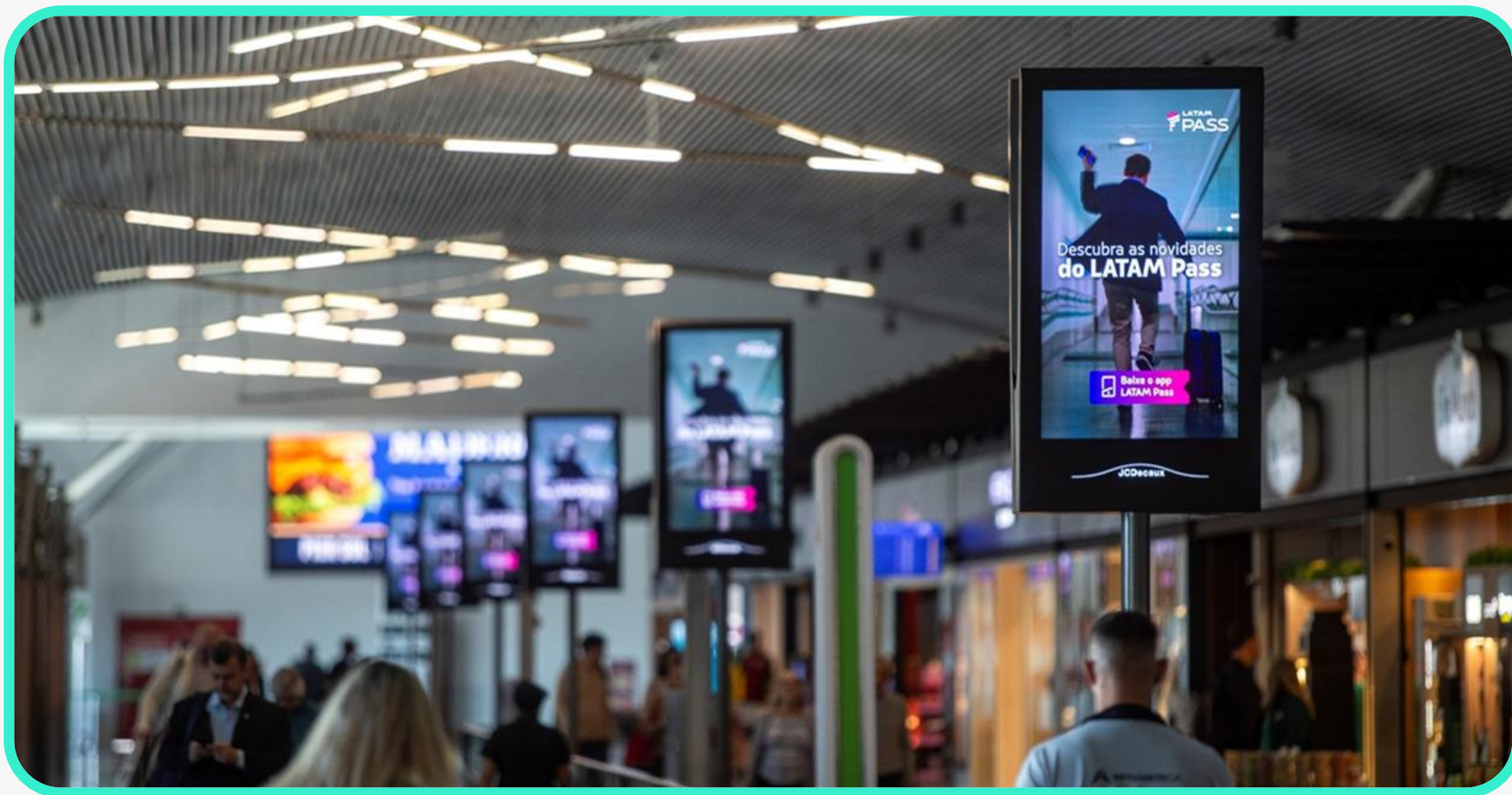
VOOS DOMÉSTICOS



5%

VOOS INTERNACIONAIS





4° maior aeroporto do Brasil,
com 7% da movimentação
aeroportuária.

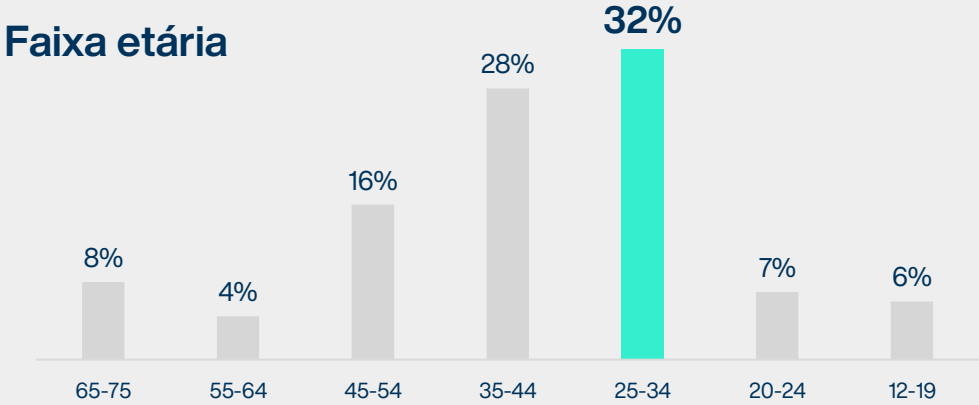
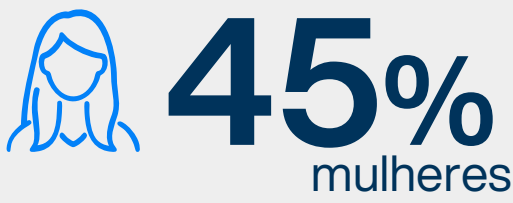


Representa **65% dos**
passageiros da região
centro-oeste.

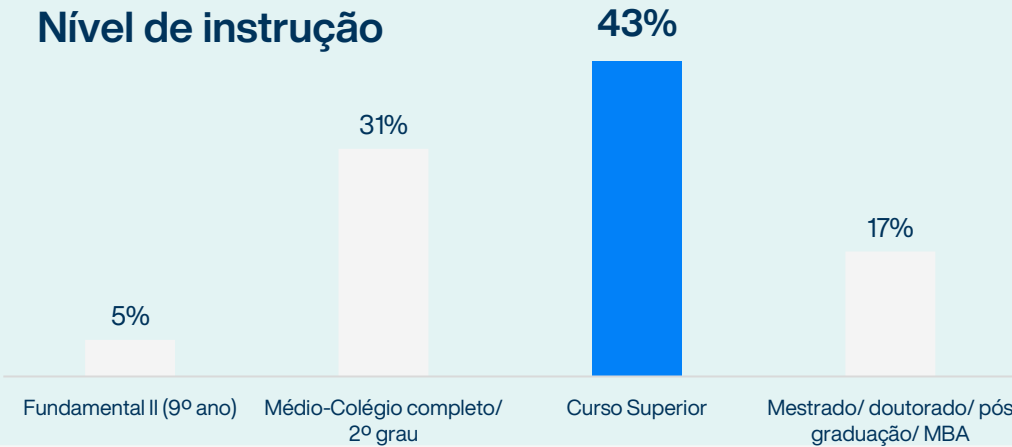


É o **3° principal aeroporto**
internacional do Brasil,
conectando a 26 capitais
brasileiras e 19 cidades.

Perfil do PAX - BSB



86% dos passageiros que viram anúncios em mídia OOH pertencem à **classe AB**.





Retail Media

A oportunidade de impactar o público na hora da compra, reforçando sua marca/produto e aumentando as chances de conversão no PDV.

91% dos frequentadores recomendam o Carrefour, o supermercado preferido entre a classe A e B.

Telas 100% digitais



90 lojas



9 estados

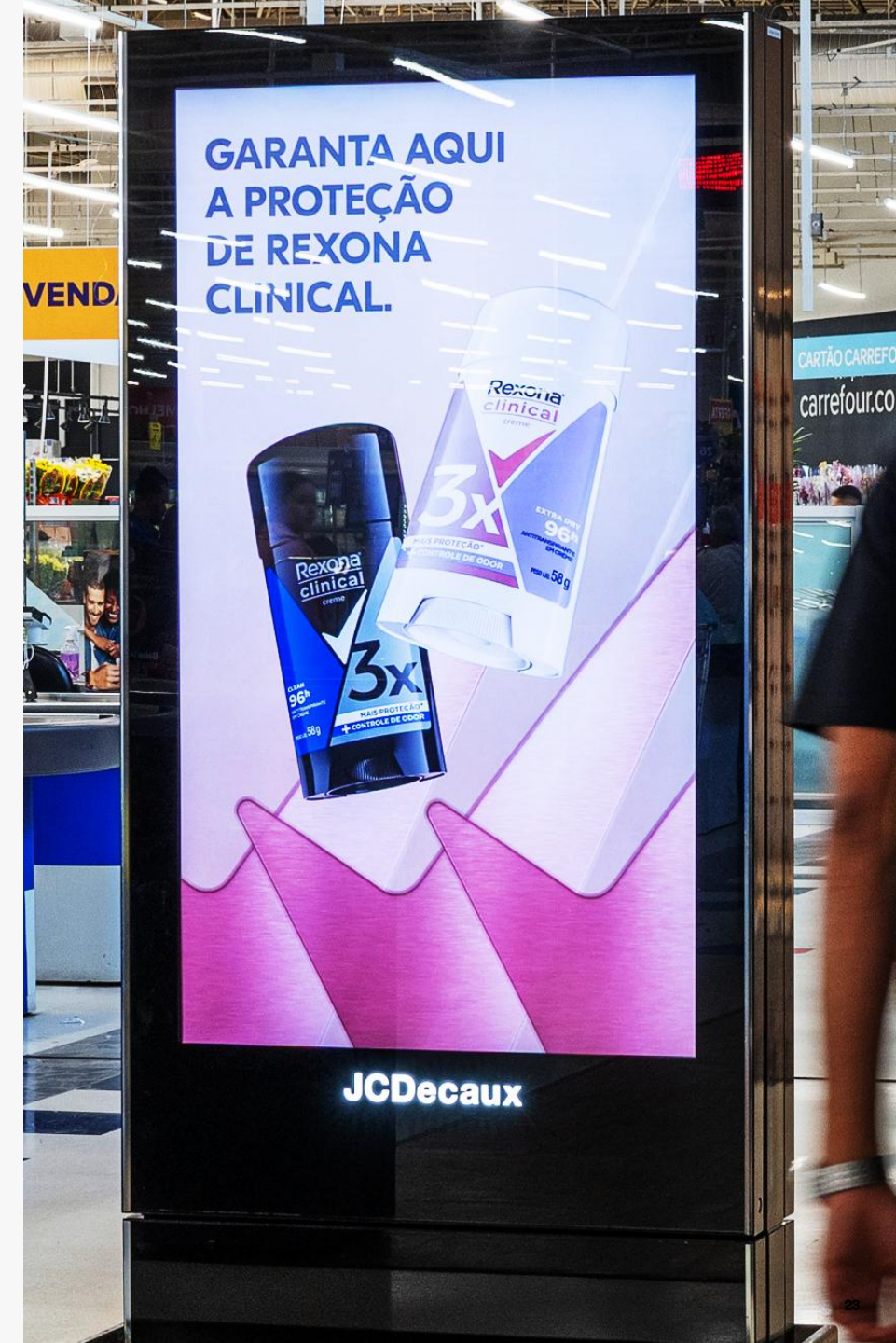
Ser lembrado no ponto de venda é **estratégico**

70%

notaram as telas da JCDecaux na galeria do supermercado

58%

busca os produtos anunciados nas telas



Estudo realizado presencialmente no Carrefour pelo JCDecaux em parceria com a Eurekha | Base: (1152) Você já observou alguma vez este formato abaixo quando caminhou no supermercado/na entrada do supermercado? (805) O quanto você nota as publicidades nesse tipo de formato no supermercado? Awareness: TGI Index 2024 R1 | Concorda com a frase.



E aí,
vamos impactar
juntos?



Liderança global. Impacto local.

JCDecaux