

HUB

DE

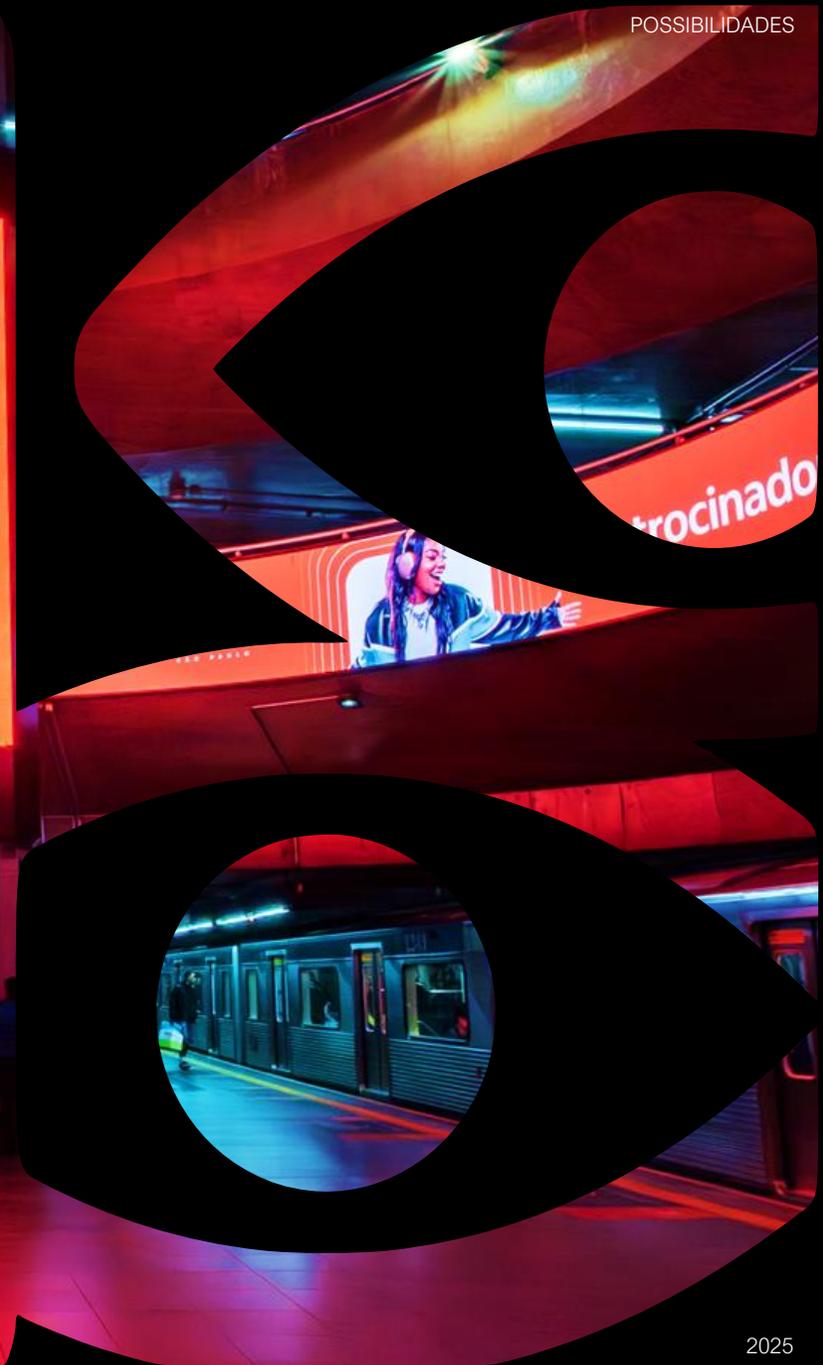
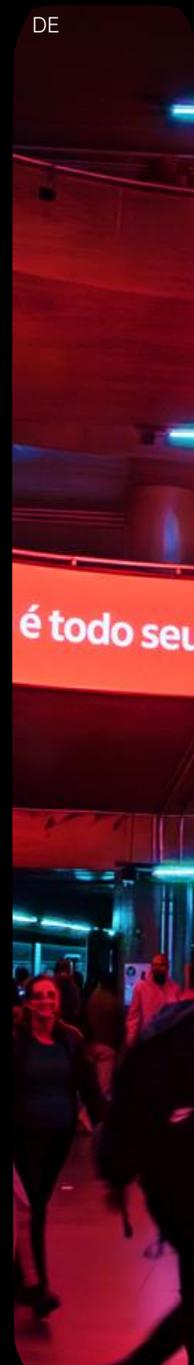
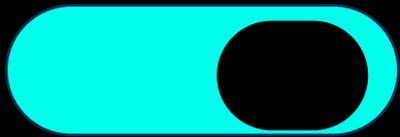
POSSIBILIDADES

JCDecaux  
HUB DE  
POSSIBILIDADES

MÍDIA KIT

TURN  
THE  
LIGHTS

ON



COM A JCDECAUX  
**A CIDADE  
COMUNICA**



## O IMPACTO DO OOH

### CHAMA ATENÇÃO

**65%**

Dizem sempre notar as publicidades e marcas que anunciam nos ativos

### GERA LEMBRANÇA

**75%**

Das pessoas viram os formatos publicitários onde nas ruas em que as campanhas aconteceram

### PROMOVE AÇÃO

**82%**

Declarou fazer algo após ter visto a campanha nas ruas

Base: Estudos Pós venda realizado pela JCDecaux em Parceira com a Offerwise. Respondentes que foram expostos às campanhas. Benchmark de mais de 100 estudos pv.



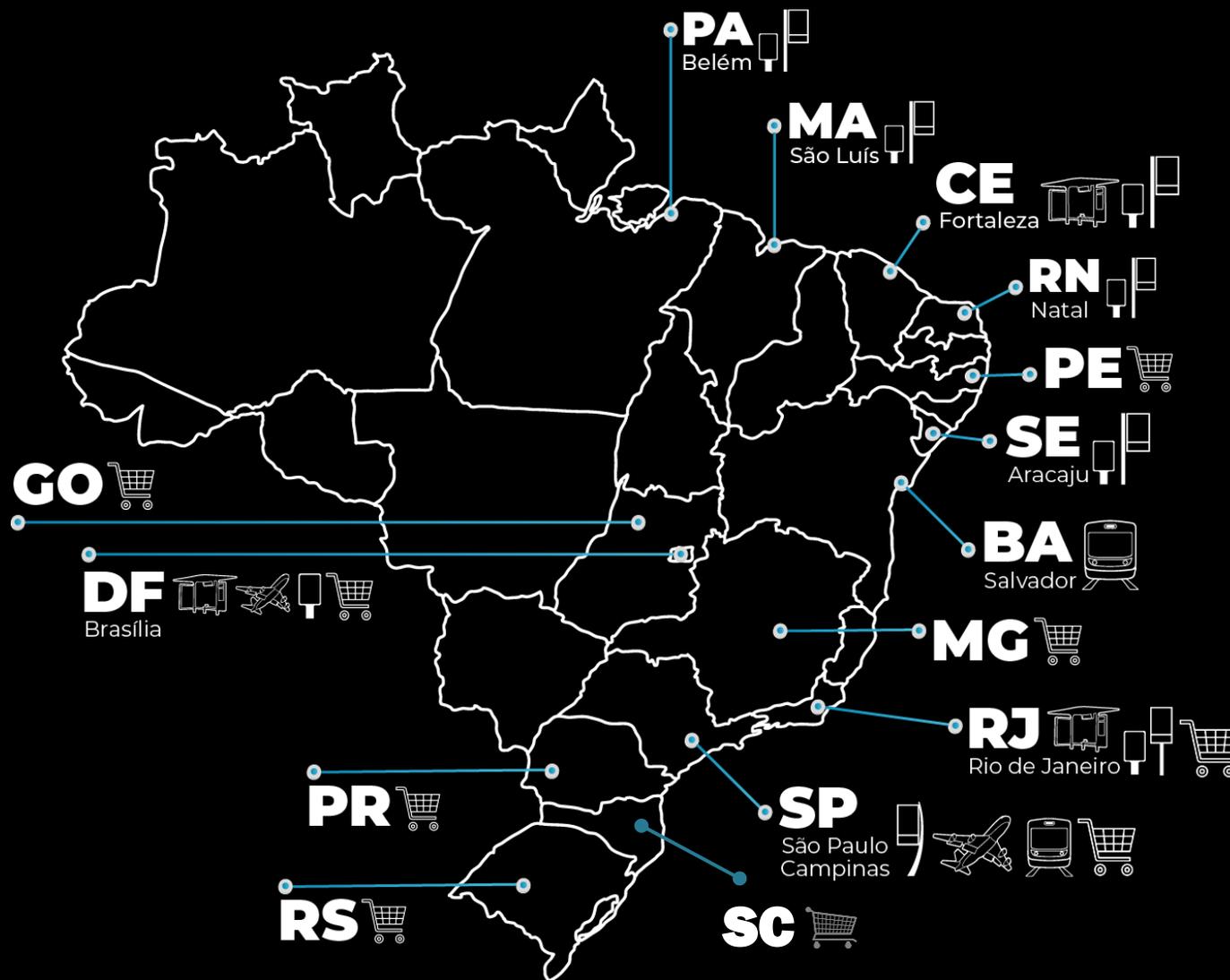
# LÍDER GLOBAL EM OOH

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.

NEGÓCIOS LOCAIS  
CONSOLIDADOS

# BRASIL

Cobertura em 14 estados, com mais de 31 milhões de habitantes. Alcançamos pessoas de todo mundo nos principais aeroportos do Brasil.



HUB

DE

POSSIBILIDADES

vivo

# 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



ISO14001 Certificação de Gestão Ambiental

# UM HUB DE POSSIBILIDADES PARA COMBINAR COMO QUISER



# PORTFÓLIO DE SOLUÇÕES



## MOBILIÁRIO URBANO

ESTÁTICO E DIGITAL



## METRÔ

SP | LINHAS - 1,2,3,4 e 5.  
BA | LINHAS 1 e 2.



## AEROPORTO

BSB e GRU



## CARREFOUR

74 LOJAS

# MOBILIÁRIO URBANO

O formato mais visualizado  
e com maior cobertura.

**26.7MM**  
MILHÕES DE PESSOAS

São impactadas mensalmente por  
publicidade no Mobiliário Urbano

TG BR 2023 R4(Pessoas) - Copyright TGI LATINA 2023. RM São Paulo, RM Campinas, RM Fortaleza, Brasília, RM Rio de Janeiro. Total População 36.611.000



**SOLUÇÕES DE DADOS E INSIGHTS DO PLANEJAMENTO À ENTREGA**



**PROJETOS INOVADORES, CRIATIVOS E IMPACTANTES**



**ROTEIROS PERSONALIZADOS E ASSERTIVOS**



**AGOSTO LARANJA  
CONSCIENTIZAÇÃO DA  
ESCLEROSE MÚLTIPLA**

# METRÔ

Alto índice de recall e assertividade no target.

**90%**

DOS PASSAGEIROS

Lembra ter visto alguma propaganda nas estações.

**62%**

DOS PASSAGEIROS

São economicamente ativos

**90%**

DOS PASSAGEIROS

São economicamente ativos

\*Pesquisa JCDecaux e o metrô, em parceria com o Datafolha. Base: 8,7 mil entrevistas. Dez: 2022

Fonte: Metrô SP 2024

# METRÔ SP

## 7.6MM

DE PASSAGEIROS  
CIRCULANDO DIARIAMENTE

**L1**

23 ESTAÇÕES

**1.6MM**  
circulação/dia

**L2**

14 ESTAÇÕES

**1.2MM**  
circulação/dia

**L3**

18 ESTAÇÕES

**2.1MM**  
circulação/dia

**L4**

11 ESTAÇÕES

**1.3MM**  
circulação/dia

**L5**

17 ESTAÇÕES

**1.1MM**  
circulação/dia



# METRÔ BA

## 799K

DE PASSAGEIROS CIRCULANDO DIARIAMENTE

L1

L2

8 ESTAÇÕES

12 ESTAÇÕES

411K  
circulação/dia

388K  
circulação/dia

Fonte: CCR 2024

Saída  
Exit



Embarque Águas Claras  
Boarding

# AERO - GRU GUARULHOS

## +3.5 MM

DE PASSAGEIROS.  
É O MAIOR AEROPORTO DO PAÍS.

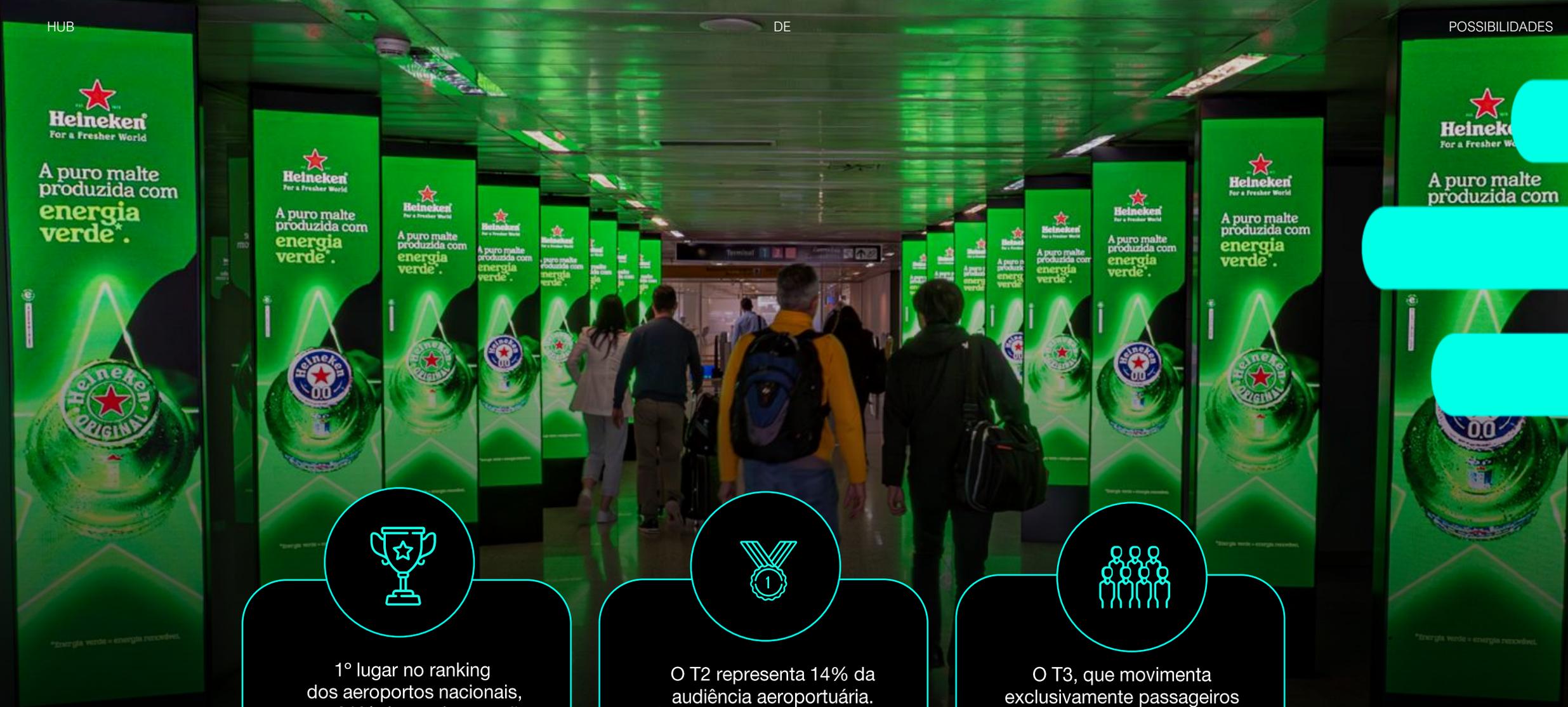
## 64%

VOOS DOMÉSTICOS

## 36%

VOOS INTERNACIONAIS

Fonte: GRU Airport – abr 2023 até jun de 2024



1º lugar no ranking dos aeroportos nacionais, com 21% da movimentação aeroportuária do Brasil.



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



O T3, que movimentava exclusivamente passageiros internacionais, se fosse um aeroporto sozinho; seria o 6º maior do Brasil.

JCDecaux

JCDecaux

# PERFIL DO PAX | GRU



**31%**  
MULHERES



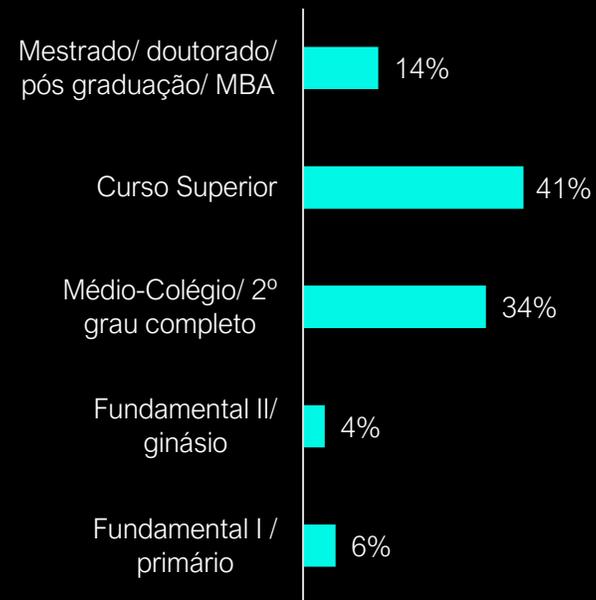
**69%**  
HOMENS

**74%**

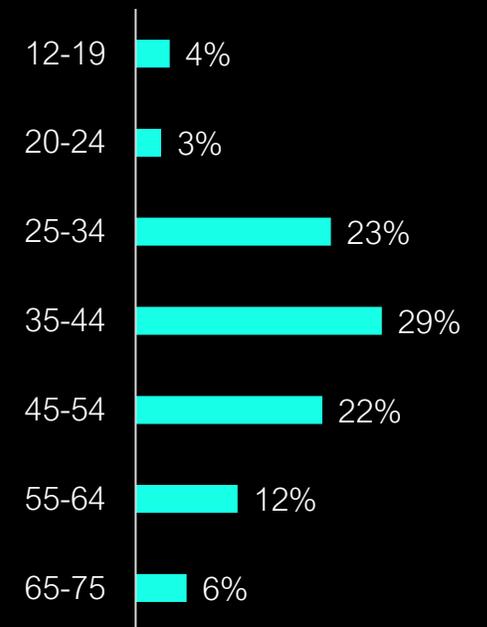
DOS PASSAGEIROS

Que viram anúncios em mídia OOH  
pertencem à classe AB.

## NÍVEL DE INSTRUÇÃO



## FAIXA-ETÁRIA



# AERO - BSB BRASÍLIA

**+1.2MM**

DE PASSAGEIROS.  
É O 3º MAIOR AEROPORTO  
DO PAÍS.

**96%**

VOOS  
DOMÉSTICOS

**4%**

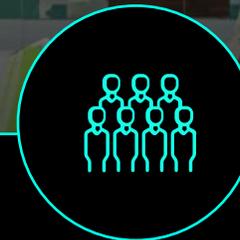
VOOS  
INTERNACIONAIS



3º maior aeroporto do Brasil,  
com 7% da movimentação  
aeroportuária.



Representa 65% dos  
passageiros da região  
centro-oeste



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

# PERFIL DO PAX | BSB



**45%**  
MULHERES



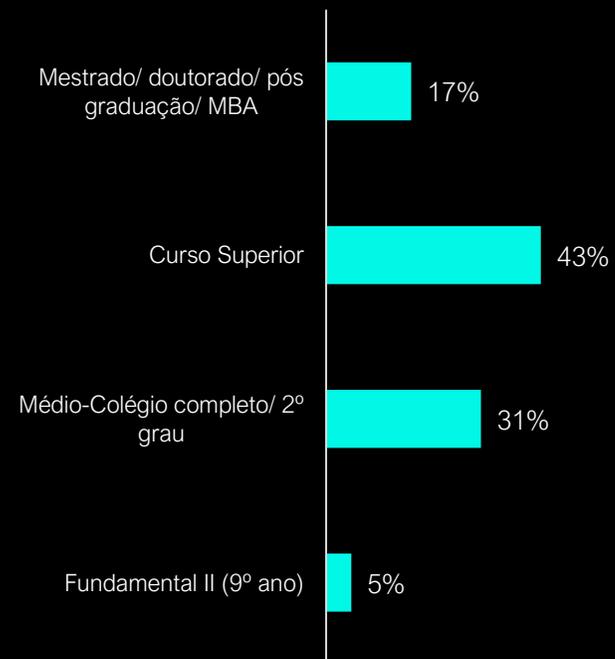
**55%**  
HOMENS

**86%**

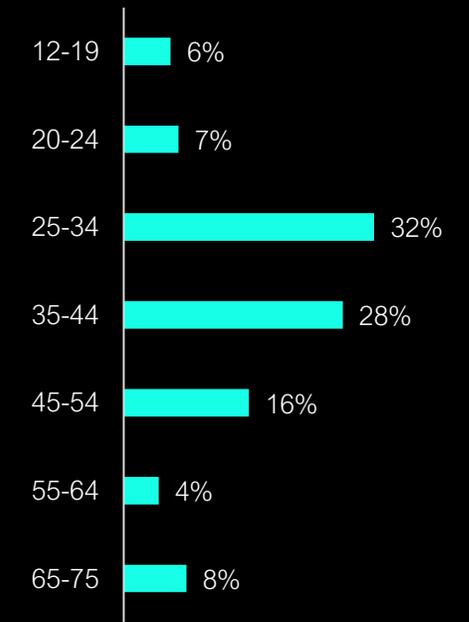
DOS PASSAGEIROS

Que viram anúncios em mídia OOH  
pertencem à classe AB.

## NÍVEL DE INSTRUÇÃO



## FAIXA-ETÁRIA



# RETAIL MEDIA CARREFOUR

A oportunidade de impactar o público na hora da compra, reforçando sua marca ou 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**

**74 LOJAS EM 09 ESTADOS**

**70%****NOTARAM AS TELAS DA JCDECAUX  
NA GALERIA DO SUPERMERCADO****70%****DAS DECISÕES (EM MÉDIA), SÃO  
TOMADAS NA FRENTE DA GÔNDOLA.****58%****BUSCA OS PRODUTOS  
ANUNCIADOS NAS TELAS.**

**SER LEMBRADO  
NO PONTO DE  
VENDA  
É ESTRATÉGICO!**

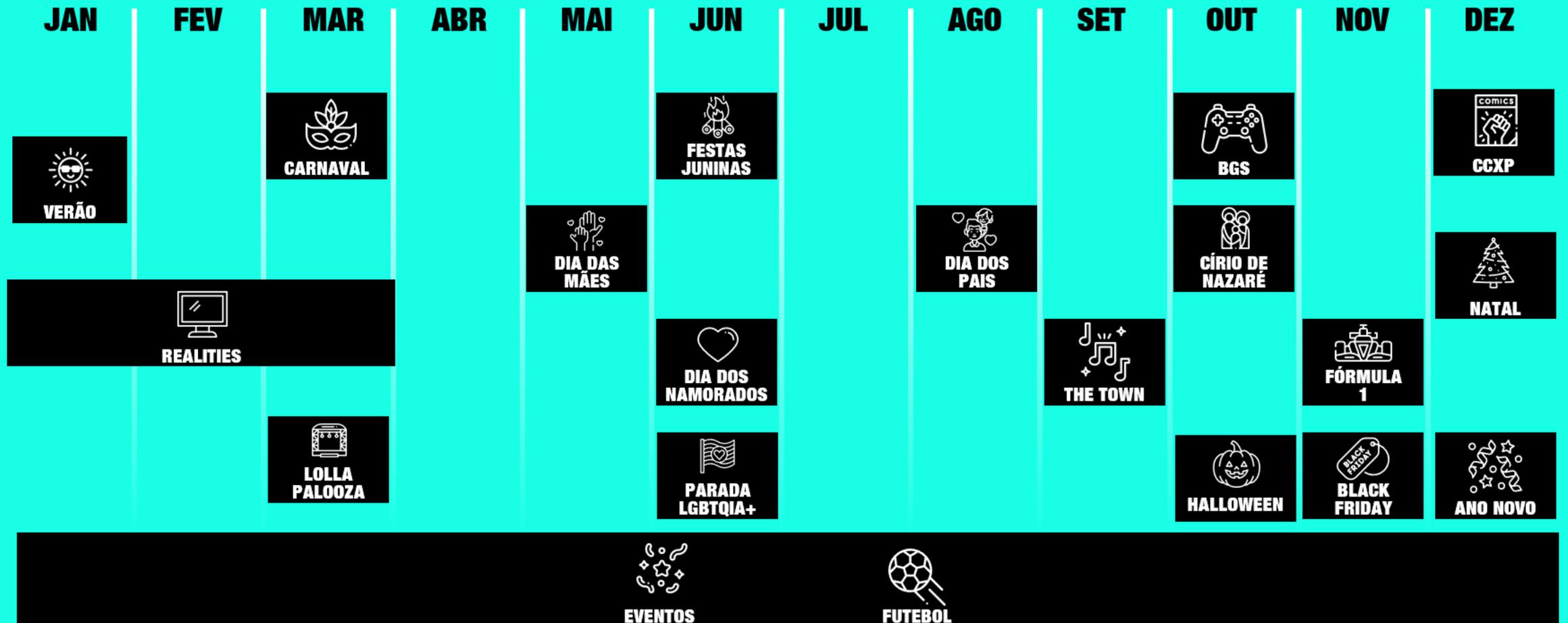
Estudo realizado Presencialmente no Carrefour pela JCDecaux em parceria com a Eureka. | Base: (1152) Você já observou alguma vez este formato abaixo quando caminhando no supermercado/na entrada do supermercado? (805) O quanto você nota as publicidades nesse tipo de formato no supermercado? Awareness: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



# OPORTUNIDADES COMERCIAIS



# PROJETOS 2025



**E AÍ,  
VAMOS IMPACTAR,  
JUNTOS?**

HUB

DE

POSSIBILIDADES

JCDecaux  
HUB DE  
POSSIBILIDADES

MÍDIA KIT