



PRÊMIO
ABRASCE
2024

MAIS QUE UM PRÊMIO,
UM INCENTIVO AO SETOR

FINALISTAS



PRÊMIO
ABRASCE
2023



PROJETOS •
FINALISTAS
2024



Em um cenário de intensa transformação no varejo mundial, somente uma coisa se mantém constante: a criatividade dos shopping centers brasileiros. Há 22 edições, o Prêmio Abrasce incentiva e reconhece as iniciativas mais inovadoras, destacando o trabalho árduo e a visão vanguardista dos profissionais que impulsionam nosso setor para frente.

Este ano, a força desses talentos nos trouxe a um novo recorde, com 587 cases inscritos na nossa premiação. Cada um deles é um testemunho do compromisso dos shopping centers em proporcionar experiências excepcionais a seus visitantes, parceiros e colaboradores, integrar-se às comunidades locais e adotar práticas sustentáveis em suas operações.

Além de elevar o padrão de excelência do setor, os shoppings brasileiros se posicionam como referência de benchmarking, inspirando outros segmentos do varejo e centros comerciais de toda a América Latina a adotarem estratégias semelhantes para seguir nossa trilha de inovação.

Nesta publicação, apresentamos os 241 projetos finalistas desta edição do Prêmio Abrasce, que são verdadeiros exemplos do que é possível alcançar com visão, dedicação e criatividade. Convido todos a conhecerem essas iniciativas inspiradoras nas páginas a seguir.

Boa leitura!

GLAUCO HUMAI

Categorias



1. AÇÕES DE NATAL

Mais de 30 mil m² de ABL / Até 30 mil m² de ABL



2. CAMPANHAS INSTITUCIONAIS

Mais de 30 mil m² de ABL / Até 30 mil m² de ABL



3. EVENTOS E PROMOÇÕES

Mais de 30 mil m² de ABL / Até 30 mil m² de ABL



4. GESTÃO DE PESSOAS



5. NEWTON RIQUE DE SUSTENTABILIDADE | ESG



6. TECNOLOGIA E CAMPANHAS DIGITAIS



Banca julgadora

A banca júri do Prêmio Abrasce foi formada por profissionais especialistas em suas áreas, que avaliaram os projetos com dedicação e de forma isenta e imparcial.





Vencedores

- SERÃO PREMIADOS COM O TROFÉU OURO OS MELHORES PROJETOS DE CADA CATEGORIA COM A MAIOR NOTA DENTRE TODOS OS INSCRITOS.
- SERÃO PREMIADOS COM O TROFÉU PRATA OS PROJETOS COM AS SEGUNDAS MELHORES NOTAS DE CADA CATEGORIA DENTRE TODOS OS INSCRITOS.
- SERÃO PREMIADOS COM O TROFÉU BRONZE OS PROJETOS COM AS TERCEIRAS MELHORES NOTAS DE CADA CATEGORIA DENTRE TODOS OS INSCRITOS.
- NAS CATEGORIAS AÇÕES DE NATAL, CAMPANHAS INSTITUCIONAIS E EVENTOS E PROMOÇÕES, OS SHOPPINGS FORAM SUBDIVIDIDOS POR ÁREA – ATÉ 30 MIL M² DE ABL E MAIS DE 30 MIL M² DE ABL.
- O CASE COM A MAIOR NOTA ENTRE TODOS OS PROJETOS INSCRITOS DE SHOPPING DE GRUPO EMPREENDEDOR RECEBERÁ O TROFÉU DESTAQUE 2024 – GRUPO EMPREENDEDOR.
- O CASE COM A MAIOR NOTA ENTRE TODOS OS PROJETOS INSCRITOS DE SHOPPING COM ADMINISTRAÇÃO INDIVIDUAL RECEBERÁ O TROFÉU DESTAQUE 2024 – SHOPPING INDIVIDUAL.

PREMIO
ABRASCE
2023



CATEGORIA

AÇÕES DE

NATAL



O BARRASHOPPING FAZ MUITO MAIS PRA VOCÊ. Essa frase é reconhecida pelos clientes como a assinatura do empreendimento. Para o shopping, ela não é apenas um slogan. É uma promessa, um compromisso e um desafio que começa com uma pergunta que fazem todos os dias: como surpreender quem os conhece como ninguém? O Natal é uma mistura de sensações, sentimentos, saudades e reencontros que fica guardada em um cantinho especial e que volta a ser revelada quando surgem as primeiras árvores enfeitadas por luzes. Essa é a magia: fazer com que aquele friozinho na barriga e toda aquela empolgação volte a nos visitar. E a surpresa fica por conta das novas histórias que podem ser contadas. A história do empreendimento começa na Estação de onde o Expresso de Natal do BarraShopping partiu rumo a uma viagem inesquecível que uniu tecnologia, música, decoração e personagens que fazem parte da memória afetiva para chegar ao topo da maior árvore de Natal do Brasil.



BOULEVARD SHOPPING VILA VELHA
O Amor Contagia



O Amor Contagia é um projeto inspirador que une crianças de diferentes realidades em torno de uma experiência única: a compra consciente em um shopping, tendo como moeda social o Amor Real, conquistado por meio de oficinas de sustentabilidade. Ao longo de diversos dias de atividades, as crianças foram protagonistas em cada etapa do processo, desde a coleta e triagem de doações até a emocionante experiência de compra. A parceria com o shopping potencializou o impacto do projeto, reforçando o compromisso com o desenvolvimento social e sustentável da comunidade. Os resultados impressionam: mais de 1.500 crianças beneficiadas, 13 comunidades alcançadas e milhares de momentos de gratidão registrados na árvore da gratidão. Mas a ação vai além dos números, deixando um legado de amor, esperança e solidariedade. Cada abraço e palavra de agradecimento são testemunhos do poder transformador das pequenas ações, mostrando que juntos podemos contagiar o mundo com bondade e compaixão.



BOURBON SHOPPING SÃO PAULO

Amigos-secretos: Ações de Natal 360° no Bourbon Shopping e Moinhos Shopping

A época mais mágica do ano – o Natal, ganhou um toque especial nos shoppings geridos pela AIRAZ Administradora. Para celebrar a união e a alegria desta data, a rede Bourbon Shopping (primeira vez) e Moinhos Shopping (segundo ano consecutivo) promoveram um amigo-secreto entre influenciadores digitais, reunindo grandes nomes em uma divertida e emocionante troca de presentes. A ação foi uma oportunidade única para que shoppings e criadores se conectem, compartilhem experiências e celebrem juntos a magia e encantamento do período. Ao todo participaram 21 personalidades, cada uma representando 10 empreendimentos estratégicos, que são: Moinhos Shopping, Bourbon Wallig, Bourbon Assis Brasil, Bourbon Country, Bourbon Ipiranga, em Porto Alegre; Bourbon Canoas, Bourbon São Leopoldo, Bourbon Novo Hamburgo, englobando a Região Metropolitana da capital; Bourbon San Pellegrino em Caxias do Sul e Bourbon São Paulo, na cidade paulista.



BOURBON SHOPPING SÃO PAULO

Promoção “Natal cheio de surpresas pra você” – Rede Bourbon Shopping Rio Grande do Sul



De fato, a pandemia mudou a vida das pessoas. Entre tantos aspectos, intensificou o apreço pelo lar e ampliou o desejo por uma casa nova ou renovada, já que dinâmicas modernas de trabalho foram normalizadas, como o home office, e novas preferências foram almeçadas, como o interesse de famílias por áreas de lazer em casa, integração e mais proximidade com a natureza, espaços específicos para o bem-estar físico e mental, todos com aconchego e promoção da saúde. Assim, as novas adaptações de vida, a idealização e o sonho da casa própria, infladas pelos anos pandêmicos e, também, o reflexo das aspirações dos próprios clientes, a rede Bourbon Shopping, desde 2021, premia apartamentos em suas promoções de Natal. No ano citado, foram dois apartamentos sorteados e mais R\$ 100 mil cada para os sortudos da promoção mobiliarem o apê como quisessem. Em 2022, novamente dois apartamentos novinhos. Já em 2023, um upgrade de mecânica foi realizado: o sorteio de um apartamento com carro Okm na garagem.



FLAMBOYANT SHOPPING CENTER

Chegada do Papai Noel Flamboyant Shopping



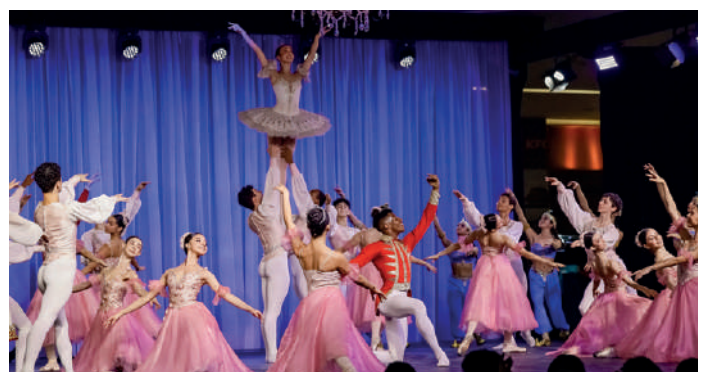
O “Natal Flamboyant” é muito mais do que uma simples celebração de fim de ano. É um evento que transcende o comum, transformando o shopping em um verdadeiro mundo mágico. Inspirado na “Fábrica de Biscoitos Flamboyant”, o evento transporta as famílias para um universo encantado, onde a magia natalina se faz presente em cada detalhe. Desde a emocionante chegada do Papai Noel, com direito a desembarque de helicóptero e uma deslumbrante queima de fogos, até as interações com os adoráveis personagens natalinos e as encantadoras apresentações musicais do coral Vozes do Natal, cada momento é uma experiência única e memorável. O diferencial desse projeto vai além da simples diversão. É a união entre a alegria e o propósito nobre de promover a solidariedade e a generosidade. Através da doação de brinquedos novos, o evento não só encanta, mas também faz a diferença na vida de crianças carentes, levando um pouco de luz e esperança para aqueles que mais precisam.

GARTEN SHOPPING

O Quebra-Nozes ganha vida no Natal do Garten Shopping com Escola do Teatro Bolshoi Brasil



No último Natal, o Garten Shopping celebrou a temporada de uma forma única, trazendo vida o espetáculo “O Quebra-Nozes” em colaboração com a Escola do Teatro Bolshoi Brasil, na “Cidade da Dança”, em Joinville. Musical, paradas de Natal, decoração temática e um piano interativo mergulharam visitantes em um universo mágico, reforçando o compromisso do shopping em tornar a cultura acessível. A apresentação pioneira da Escola de Teatro Bolshoi no Brasil em um shopping marcou um momento histórico, sendo a primeira vez em toda sua história que a renomada instituição levou seus bailarinos a se apresentarem em tal espaço. Esta inovação destacou a tradição cultural de Joinville e impulsionou significativamente as vendas, refletindo o evento como um atrativo para um público diversificado e engajado. Com estratégias digitais eficazes, o projeto não apenas elevou o espírito festivo, mas também a economia local, consolidando o Garten Shopping como um destino natalino inovador e memorável.



GRAND PLAZA SHOPPING

Natal Grand Plaza: uma festa sob medida para atender ao menos um desejo de cada cliente

Um Natal criado sob medida para atender os desejos dos clientes. O Natal Disney | Pixar do Grand Plaza levou o universo de Mickey e Minnie, Frozen, Carros e Monstros S.A. para o ABC Paulista, com ambientes imersivos e os personagens mais queridos das crianças de todas as idades. Com encontros exclusivos com o Papai Noel, uma árvore de 14 metros, brindes com as marcas aspiracionais dos clientes, espaços inclusivos e muita inovação, o empreendimento garantiu a diversão do público convidando-o a ingressar num mundo de magia, com olhar ecológico e social. Com cerca de 15 atividades, o Grand Plaza atendeu a pelo menos um sonho de Natal de cada cliente, atraindo mais de 32 mil pessoas somente com a campanha promocional, ampliando em 10,7% o fluxo de pessoas no empreendimento durante o período, alavancando as vendas em quase 10% e encantando seu público.



MINAS SHOPPING

Um sonho de Natal em Nova York



Ambiente de cenas icônicas no cinema, a cidade de Nova York é um sonho para muita gente. Uma das maiores cidades dos Estados Unidos, respira moda, cultura, arte, é considerada a capital financeira do país, além de ser um sonho e inspiração para pessoas do mundo inteiro, sobretudo, no período natalino, com seu tradicional festival de luzes e encantamento. No entanto, conhecer Nova York, principalmente no período natalino, é um sonho distante para muitos e o Minas Shopping quis aproximar esse sonho das pessoas. Por isso, o shopping buscou na “Big Apple” a inspiração para a sua decoração natalina de 2023, reproduzindo no mall os icônicos pontos turísticos da cidade e oferecendo uma experiência inesquecível para toda a família com o tema “Um sonho de Natal em Nova York”. Além de toda a atmosfera encantadora da Big Apple, o shopping empreendeu diversas ações integradas, como shows, paradas e ações sociais.



RIOMAR ARACAJU

Grupo JCPM: Pâtisserie do Noel transforma Natal do RioMar Aracaju com experiência imersiva



A “Pâtisserie do Noel” foi um projeto inédito e ganhou destaque dentro da decoração natalina pela autenticidade e riqueza de detalhes reproduzidas nos desenhos em 2D, que transformaram a loja em um ambiente impactante, com mobiliário, vitrine de doces cenográficos e decoração seguindo o mesmo conceito e estética luxuosa das confeitarias francesas. A inspiração fazia parte do “Natal em Paris”, onde a arte, moda e cultura se entrelaçam a uma gastronomia riquíssima. Através desta referência, o shopping transportou o visitante a uma experiência imersiva, por meio de símbolos icônicos da França, entre eles as famosas e requintadas pâtisseries. O espaço tornou-se referência do Natal, surpreendendo através da beleza visual e de recursos sensoriais, como o aroma de biscoitos assando no forno que se espalhava pela loja, recepcionando e envolvendo cada cliente em uma atmosfera de aconchego e prazer. Por conta da grande repercussão permanece aberto até hoje, sendo utilizado pela área comercial.

RIOMAR RECIFE

Grupo JCPM RioMar Recife – Natal além da imaginação



De 1º de novembro a 31 de dezembro de 2023, o RioMar Recife cruzou os limites da fantasia para contar a tradicional história natalina de forma autoral, inovadora e democrática. O projeto RIOMAR: UM NATAL ALÉM DA IMAGINAÇÃO reuniu decoração elaborada, narrativa original, tecnologia de ponta e 20 atrações gratuitas, sendo oito ações digitais, em uma celebração acessível a pessoas com deficiência e inesquecível para toda a família. O tema escolhido trouxe um mundo encantado em que interações tecnológicas enriqueceram a experiência, em sintonia com o storytelling da cenografia. O Natal 2023 baseou-se em um enredo emocional que guiou do teaser de divulgação ao roteiro interpretado por 30 atores profissionais no tour imersivo oferecido aos visitantes. O check-in foi feito a partir de agendamento via app (dia e horário). Ações sociais foram destaque, caso do incentivo à doação de brinquedos para comunidades vizinhas ao RioMar e das visitas guiadas com crianças atendidas por instituições assistenciais do Recife.



SALVADOR SHOPPING

Grupo JCPM – Natal Salvador Shopping celebra os ritmos da Bahia, acessibilidade e inclusão

Um sonho musical! O Natal Salvador Shopping foi muito além da magia da festa que aproxima as pessoas e encanta através dos símbolos e rituais. O shopping escolheu a música como protagonista para realizar o maior Natal de todos os tempos no empreendimento: o “Natal Musical”, ação que contextualizou uma das principais expressões culturais da cidade de Salvador, conhecida pela riqueza de seus ritmos e como uma das cidades mais musicais do mundo. Durante 45 dias, a Praça Central do shopping se encheu de ludicidade. Tudo remetia à música, a mais universal das artes. E tudo que é universal precisa ser espalhado e difundido e estar acessível a todos. Foi exatamente o que fez o Salvador Shopping. O Natal não foi apenas musical, a acessibilidade e a inclusão também foram protagonistas da festa. O cenário inédito, os elementos e os espetáculos musicais foram todos construídos para garantir o acesso, com total independência, de pessoas com deficiência, fossem elas físicas, visuais ou auditivas.



SHOPPING BARRA

Vila Natalina e Festival Musical: a inovação deu um show no Natal do Shopping Barra

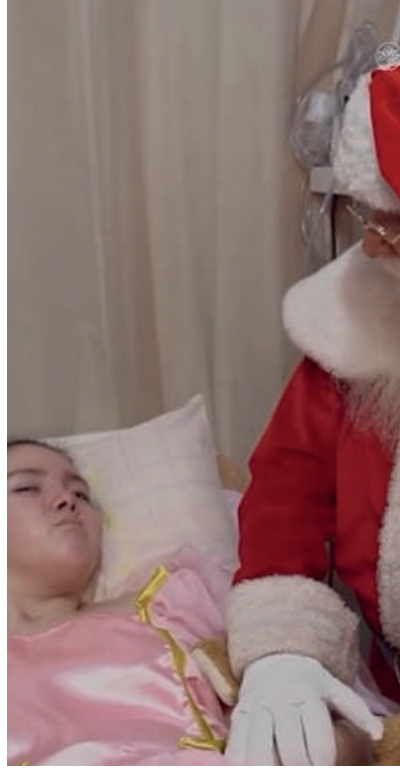


O Natal é sempre um período de grandes expectativas para o varejo, com a cultura dos presentes impulsionando o desejo de compra e mais recursos financeiros nas mãos dos consumidores. Há tempos que os shopping centers antecipam o início de suas ações, as quais começam bem antes de dezembro, com decorações, vitrines em clima natalino e apelos promocionais. Nesse cenário, a equipe de Marketing do Shopping Barra, em Salvador (BA) buscava respostas para perguntas do tipo: “Como nos diferenciarmos ainda mais da concorrência no Natal, quando todos os shoppings têm um Papai Noel, uma bela decoração e uma ação promocional?” e “Como manter o público motivado a frequentar o equipamento mais vezes, desde o mês de novembro e incentivá-lo a circular pelo mall?”. Assim, surgiu o projeto Natal 2023, com uma Vila Natalina e um Festival de Natal, além de um conjunto de ideias harmonizadas com outras ações de marketing. A inovação e a tradição deram um show de excelentes resultados.



SHOPPING CENTER IGUATEMI BOSQUE

Família Arcelino – Um Natal de amor e superação



O período natalino concentra a maior expectativa para o segmento de shopping centers. E no Iguatemi Bosque não é diferente. Anualmente, o shopping programa e realiza diversas iniciativas voltadas para criar uma verdadeira atmosfera de sonhos, desde a decoração até os eventos com o espírito natalino. O Natal no Iguatemi conta uma história feita de encantamento e conexão com as pessoas, por isso, há 42 anos, o shopping estabelece uma relação mágica com seus frequentadores ao reunir diversas gerações de cearenses. Um verdadeiro presente na tradição das festas de fim de ano na cidade de Fortaleza. E se em todo Natal o Iguatemi Bosque tem a honra de presentear os cearenses com momentos inesquecíveis, esse Natal o Iguatemi teve a honra de ser presenteado com um momento inesquecível de amor e superação, como o case emocionante da Família Arcelino.

SHOPPING CENTER NORTE

Celebrando 25 Anos de Magia: Natal Harry Potter no Center Norte



Para o Natal de 2023, o Center Norte preparou uma decoração inédita com tema da saga do Harry Potter, bruxo mais famoso do mundo e que atrai milhões de fãs, carinhosamente chamados de 'potterheads'. Para dar vida à magia, o shopping criou, na zona Norte de São Paulo, um modelo de decoração imersivo e simplesmente encantador! Os visitantes puderam vivenciar, de forma gratuita, experiências únicas nos cenários instagramáveis que recriaram cenas icônicas dos filmes e do mundo mágico de Harry Potter, em um ambiente repleto de cores e tons vibrantes, com efeitos de luz e sombra. Além da decoração central, os fãs puderam vivenciar experiências interativas com os principais símbolos da saga, como a varinha, a capa da invisibilidade e a vassoura Nimbus 2000. A magia se espalhou pelo shopping, com o engajamento de lojistas que transformaram suas vitrines em um mergulho no universo de Harry Potter.



SHOPPING GUARARAPES

Natal de Encantos na Neve nos 30 anos do Shopping Guararapes

Em comemoração aos 30 anos do empreendimento, foram resgatados eventos de grande recall de acordo com pesquisas qualitativas realizadas. Eventos que marcaram a memória afetiva e que recebíamos muitas solicitações para uma nova realização. Diante disso e pensando em fortalecer essa conexão emocional com o cliente numa data tão representativa, surgiu a ideia de reviver estes eventos (Pista de Patinação no Gelo e Show da Neve), embalando tudo isso numa entrega nova, ainda mais diferenciada e completa para o cliente. Além de um cenário natalino exclusivo, foi realizado também o Espetáculo no Gelo (musical criado pelo shopping, apresentado sobre a Pista de Patinação no Gelo por personagens lúdicos). Além deste espetáculo, descentralizando e levando as ações de Natal para outros pontos no shopping, foram feitas paradas natalinas. Ou seja, um Natal completo quando pensamos em contemplação, interatividade, experiência do cliente, amplitude para todo o mall e ação social.



SHOPPING JARDINS

Grupo JCPM – Shopping Jardins: inclusão e diversidade no Natal da Turma da Mônica



O Shopping Jardins, em Aracaju (SE), preparou uma experiência temática a partir da decoração natalina em 2023 para encantar as famílias e divertir o público infantil e juvenil. O tema escolhido para compor a decoração teve em sua originalidade a perspectiva da valorização do Brasil e de seus personagens de modo a homenagear o artista Maurício de Sousa, através da Turma da Mônica, série de histórias em quadrinhos e franquia de mídia originada em 1959. A temática afetuosa foi pensada para abraçar várias gerações, além de ter a inclusão como foco na decoração e demais atrações, representando pautas sociais como pessoas pretas, com deficiência e autistas, representadas pelos personagens da turminha. Desse modo, a decoração licenciada pela Maurício de Sousa Produções foi planejada para enfatizar a importância do Natal como um momento de integração entre as famílias e de celebração da diversidade e da cultura brasileira.



COMPLEXO TATUAPÉ

Natal Luz Gramado 2023 – Complexo Tatuapé



O Complexo Tatuapé, formado pelos shoppings Metrô Tatuapé e Metrô Boulevard Tatuapé, deu vida à maior e mais famosa festa de Natal do Brasil, na zona Leste de São Paulo. O Natal Luz de Gramado preencheu dois cenários dos shoppings com composições e atividades complementares que levaram os clientes até o Sul do País, em uma atmosfera fiel desse grande evento. Mais de 10 atrações gratuitas como espetáculos de luzes, peças teatrais, paradas natalinas, árvore com tobogã e outros fizeram a alegria de famílias durante a programação, além de um show da cantora teen Sophia Valverde e da Família Lima e o espetáculo teatral “Eu Acredito no Natal” com intérprete em Libras. O Natal Luz de Gramado é o 1º lugar que vem à mente dos brasileiros quando perguntados sobre uma festa aberta de Natal. Por isso, para dar acesso ao público de São Paulo em um dos maiores espetáculos do gênero, a ação contou com uma parceria com a Prefeitura de Gramado e a Gramadotur, autarquia de Turismo e Cultura da região.

SHOPPING NOVA AMÉRICA

Natal do Tijolinho



Para o Natal de 2023, o tema escolhido trouxe uma atmosfera encantadora inspirada no cãozinho Tijolinho, mascote do shopping e super adorado pelos frequentadores. Com o objetivo de gerar memória afetiva e conexão emocional do personagem com o público, além de dar as boas-vindas à data mais esperada do ano, o Shopping Nova América apresentou a história do Tijolinho de uma forma lúdica e encantadora. Um cachorrinho caramelo, que iniciou sua história quando, antes de se tornar shopping, ainda operava uma grande fábrica de tecidos. Acolhido com muito amor, o Tijolinho chegou para ficar com a missão de alegrar e proteger os funcionários do local, e segue até hoje atravessando gerações e construindo novas histórias. Os detalhes da decoração foram pensados com muito cuidado e carinho, buscando proporcionar experiências para toda a família, em um ambiente seguro e acolhedor para que todos pudessem celebrar a data e construir memórias com as pessoas que amam.



Clássico ou moderno,
o encantamento é garantido

SHOPPING PARALELA

O Natal mágico do Shopping Paralela: Rei Leão, Peter Pan, Alice e muita solidariedade

O Shopping Paralela comemorou o Natal Mágico com uma decoração inédita na região e convidou o público para abraçar uma importante causa social que transformou o fim de ano de mais de centenas de crianças. Para encantar, o empreendimento reuniu em um só lugar três dos principais clássicos da Disney, Rei Leão, Peter Pan e Alice no País das Maravilhas, e levou o público para uma viagem lúdica repleta de encanto. O empreendimento também preparou uma festa de chegada do Papai Noel com a banda Filhos de Jorge, oficinas gratuitas e montou um espaço exclusivo para pessoas com deficiência e Transtorno do Espectro Autista (TEA) participarem do evento. O compromisso do shopping center com sua comunidade foi destacado com a campanha promocional, que arrecadou R\$ 50 mil e destinou todo o valor para o hospital Martagão Gesteira. Com mais de 1 milhão de participantes, o evento alavancou o fluxo de público e vendas do empreendimento, garantindo exposição positiva na imprensa.

Chegada do Papai Noel

Preparamos o nosso Natal de uma forma INCRÍVEL, com o meio das oficinas temáticas gratuitas das 5h às 20h gerando fluxo durante todo o dia e transformando cada canto do shopping em um lugar mágico. Adversamente, **As oficinas estavam LOTADAS!**

Em seguida, a festa continuou com o encantador **Caravana da Coca-Cola**, no estacionamento externo, enchendo todos de alegria!



SHOPPING PIRACICABA

A Chegada do Papai Noel – Encantamento e Inclusão no Natal



Quando o assunto é entretenimento e lazer na cidade, o Shopping Piracicaba é ponto de referência, tornando-se um dos destinos mais procurados para proporcionar momentos incríveis para a comunidade. Projetos que têm o poder de encantar e unificar, transformando datas comemorativas em lembranças inesquecíveis, assim, eventos que têm menos atratividade em outras praças se tornam marcos na região. Em 2022, recebemos em grande estilo o Papai Noel, porém, como a equipe subestimou o poder de atratividade do show, recebemos diversas críticas negativas online. Em 2023, para contornar a situação, projetamos uma nova chegada do Papai Noel, colocando o cliente no centro da estratégia, “corrigindo” todas as “falhas” do ano anterior e priorizando a inclusão com um espaço acessível e acolhedor extra. O resultado foi extremamente positivo, com aumento do fluxo de pessoas e de vendas, feedbacks positivos online, além da consolidação do evento como data aguardada no calendário de ações da cidade.



TIETÊ PLAZA SHOPPING

Mickey e amigos no Tietê Plaza: resultados inéditos de um Natal inédito



O Tietê Plaza promoveu um Natal inédito na região de Pirituba para celebrar seus 10 anos de operação e registrou resultados igualmente inéditos, com recordes de público, awareness e vendas. Pela primeira vez, a região teve um Natal licenciado. O Natal Mickey e Amigos levou o público a uma imersão no universo mais clássico da Disney com Mickey, Minnie, Donald, Pateta e Pluto. Os personagens ocuparam a fachada do empreendimento, que pela primeira vez recebeu uma decoração natalina, convidando quem passava na Marginal Tietê a ingressar em um mundo de magia e encantamento com cenários interativos, meet and greet com os personagens, visitas ao Papai Noel, promoção e atividades solidárias que transformaram o Natal de pessoas em situação de vulnerabilidade. Com cerca de 1,3 milhão de visitantes, o evento alavancou o fluxo de público, vendas e tíquete médio, além de registrar recordes nas mídias sociais e garantir exposição positiva na imprensa.

BOULEVARD SHOPPING BRASÍLIA

O Circo Encantado do Boulevard



ATÉ
30 MIL M²
DE ABL

Numa época de sonhos e magia, o Boulevard Shopping Brasília desafiou as limitações físicas para criar um Natal verdadeiramente encantador. Com a bela tenda do Le Petit Cirque ocupando o estacionamento, uma parceria inusitada floresceu, permitindo que o sonho se tornasse realidade. Assim nasceu “O Circo Encantado”, um espetáculo autoral e inédito escrito pela equipe do shopping. Com danças, mágica, malabarismos e música, a chegada do Bom Velhinho se deu no picadeiro, com casa lotada e famílias inteiras emocionadas. O espetáculo foi oferecido de forma gratuita para clientes e influenciadores que, além de se divertirem em um momento inesquecível, retribuíram a dedicação em aumento de vendas, retorno de mídia espontânea e alegria na melhor época do ano.



Em 2023, o Goiânia Shopping ultrapassou os limites tradicionais de uma decoração de Natal ao estender a magia natalina do empreendimento ao Parque Vaca Brava, um dos principais cartões-postais da cidade. O projeto pioneiro não só transformou a Avenida T-10 — por onde passam mais de 180 mil veículos por mês — em um corredor iluminado, mas também estreitou os vínculos do shopping com a comunidade e estabeleceu um novo ponto turístico natalino em Goiânia. Abraçar o Parque Vaca Brava com a decoração foi uma iniciativa criada para proporcionar uma experiência festiva e encantadora que envolvesse moradores e visitantes no espírito do Natal. Ao integrar o espaço público na celebração, o Goiânia Shopping começou uma nova tradição na cidade, reforçou a identidade natalina do shopping, estimulou a interação com a natureza, dinamizou o comércio e se consolidou como um exemplo de como o setor privado pode influenciar positivamente o bem-estar comunitário.



NATAL SHOPPING CENTER

Natal da Naty: A força da maior mascote de Shopping do Brasil na principal data de varejo



Com a consagração como a maior mascote de Shopping Center do Brasil, após a premiação como case de sucesso no último Prêmio Abrasce, a Naty, mascote do Natal Shopping, se torna referência na indústria e junto a isso abre um mundo de possibilidades de ativações. Uma vez já consolidada, reconhecida e validada pelo público, a Naty ganha em 2023 a grandeza de se tornar tema da maior data de varejo e assume o Natal numa decoração totalmente proprietária. A ideia nasce na oportunidade de unir o lúdico da data com todo encantamento que a Naty proporciona. A proposta é desenhada com base no storytelling da mascote de ser defensora da infância de verdade, com brincadeiras e objetos onde a criatividade infantil pode ser explorada. É nesse contexto que um Natal totalmente customizado é entregue, levando elementos do brincar e convidando as famílias a se divertirem na visitação ao Natal da Naty.



PONTAL SHOPPING

Natal dos Sonhos – Pontal Shopping



O Pontal Shopping celebrou a sua primeira campanha de Natal presenteando os clientes com uma experiência inédita que ficou guardada para sempre na memória com o sorteio de 180 voos de balão cativo. O desafio foi identificar um prêmio que valorizasse não apenas os clientes, mas também todos os diferenciais do complexo: o conceito life center, a integração com o Parque Pontal, a localização privilegiada com vista apaixonante para o Guaíba e seu pôr do sol, e a ideia de que aqui se vivem as melhores experiências como em nenhum outro lugar da cidade. A ação “Natal dos Sonhos” foi realizada a partir de um sorteio com os clientes que fizeram suas compras de Natal no shopping. Os ganhadores tiveram a oportunidade de viver essa experiência com direito a um acompanhante, fotos personalizadas no balão e uma cesta de piquenique. Assim, eles puderam contemplar o Guaíba, um dos principais símbolos de Porto Alegre, de uma perspectiva diferente e ao lado de quem amam.

SHOPPING CENTER COSTA DOURADA

Encantando Corações: O Show do Bita – Especial de Natal no Shopping Costa Dourada



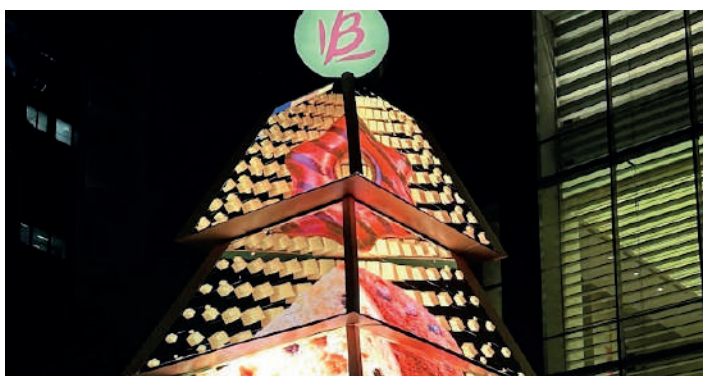
O “Show do Bita – Especial de Natal” realizado no Shopping Costa Dourada foi um evento encantador que transformou o local em um verdadeiro palco de magia e diversão. Realizado de forma gratuita, o espetáculo proporcionou momentos inesquecíveis para famílias do Cabo de Santo Agostinho e cidades vizinhas. Com uma experiência inclusiva, o evento distribuiu pulseiras para garantir o acesso prioritário ao público TEA e PCD, promovendo a integração de todos os espectadores. As adoráveis personagens do mundo Bita, um ícone pernambucano, encantaram crianças e adultos com suas performances cativantes. O apoio operacional do Cinema Costa Dourada garantiu o conforto da criançada com venda de pipoca e outras guloseimas durante o evento. O ponto alto da celebração foi a participação especial do Papai Noel, que abrilhantou o espetáculo e depois atendeu carinhosamente cada criança em seu trono na praça de eventos do shopping.



SHOPPING CIDADE SÃO PAULO

Natal dos Desejos: A magia de volta à Avenida Paulista

Reconhecido por oferecer experiências exclusivas, o Shopping Cidade São Paulo trouxe um Natal inédito ao Brasil, preenchendo o coração da capital paulista com magia e emoção. O empreendimento encantou o público antecipando o universo de Wish - O Poder dos Desejos, animação lançada em janeiro de 2024, com a primeira decoração licenciada da Disney sobre o filme. Na área externa, o empreendimento promoveu outras atrações interativas em parceria com grandes marcas, o telão refletia mensagem de realização de sonhos, uma inovadora árvore digital em contagem regressiva para o Natal e o jardim mais iluminado da cidade, o Cidade São Paulo consolidou a Avenida Paulista como um dos endereços mais especiais para celebrar o Natal novamente. O Natal dos Desejos também inovou com parcerias em um modelo de negócio inédito e uma promoção especial, impactando mais de 1,5 milhão de pessoas que passam pela Avenida Paulista, ampliando o fluxo do empreendimento em 10% e alavancando as vendas em 28%.



SHOPPING LEBLON

Natal da Alegria – Quando disrupção e autenticidade trazem resultados inéditos



O Shopping Leblon sempre busca em suas ações conciliar o melhor resultado para os lojistas com ganhos para a imagem do shopping, surpreendendo e encantando os clientes. O insight do Natal foi reforçar o pilar de arte através de uma colab com o artista TOZ, promovendo o encontro do Papai Noel com o Vendedor de Alegria, personagem que retrata um ícone das praias cariocas e distribui alegria. Conciliando as tradições natalinas (“casa” do Papai Noel para fotos e cartinhas) com a abordagem do verão, trazendo para o mall o clima de verão e alegria que se vive nessa época do ano. A tônica de toda a decoração foi criar o instagramável: da fachada e faixa de pedestres à profusão de bolas decoradas com grafismo do TOZ, nasceu um mundo mágico que convidou ao sonho, à alegria e à postagem nas redes. Foi realizada uma promoção comprou/ganhou, presentearam jornalistas e influenciadores com kits exclusivos e comunicaram com foco nas redes sociais e, mesmo ousando, atingiram todos os objetivos.





SHOPPING LIGHT

Shopping Light se destaca no Natal com Papai Noel negro e parceria com metrô de São Paulo



Em 2023 o Shopping Light fez história com a programação de Natal entregue para os seus clientes. Mostrando a pluralidade nas ações, o empreendimento emocionou com a chegada do Papai Noel negro, uma apresentação cultural da orquestra de crianças e jovens da ONG Gerando Falcões e a parceria exclusiva com Metrô de São Paulo, na campanha 'Faça suas Compras de Metrô'.

O Bom Velhinho, que 'foge' do estereótipo, foi além das visitas tradicionais ao shopping e levou também a emoção da data aos passageiros em um passeio por estações de metrô até a chegada no empreendimento. A participação selou essa parceria institucional, ainda com adesivação de vagões em clima natalino, sugerindo às pessoas fazerem compras de metrô e aproveitarem os outlets do empreendimento. Trazendo atividades culturais, uma apresentação com alunos da ONG deu início a programação, dando voz a uma ação que acolhe pessoas de comunidades de SP e oferecendo a oportunidade das crianças se apresentarem para mais de 600 pessoas.

SUZANO SHOPPING

Natal em Libras – Cultivando a magia e gerando inclusão



O Natal em libras foi um projeto extremamente realizador para todo o time do Suzano Shopping, envolvendo uma comunidade que visita o empreendimento, mas que, por vezes, não se sentiam vistos. Em um momento de conversa entre o Noel e o time de marketing, compartilhamos a importância de se fazer evidenciar o quão somos acessíveis para a comunidade surda da cidade de Suzano e região. Haja visto que o intérprete do Papai Noel é, também, interprete de Libras, e compartilhou sobre algumas interações com crianças que o visitava. A partir daí, realizamos a ação, que convidou a comunidade e alunos de uma escola de Libras. Foi uma manhã extremamente marcante, pois os pais, ao levarem seus filhos, se sentiram extremamente abraçados e se sentiram felizes, pois os filhos puderam viver uma experiência inédita e exclusiva, sem pressa, sem preocupação com outros, sendo apenas um momento que pode entregar experiência que ficará na memória das crianças por toda uma vida.





TERRAÇO SHOPPING

O Natal do Bosque Brilhante

O Terraço Shopping deu vida ao Bosque Brilhante, uma floresta encantada onde fauna e flora vivem em harmonia em meio às luzes mágicas. Repleto de belos cenários, o Bosque é um paraíso divertido para crianças e adultos que têm a oportunidade de visitá-lo. Com a chegada das festas de fim de ano, a luz é mais importante do que nunca para tornar a data inesquecível, então, quando ela começa a desaparecer e ameaçar a felicidade do Natal, o Papai Noel precisa contar com toda ajuda que puder encontrar para iluminar o Bosque e salvar o Natal. Em uma ação coletiva e interativa, cada ponto de luz tornava mais bonito o espetáculo resplandecente que marcou a chegada do Papai Noel que, com a ajuda dos Vagalumes, conseguiu trazer a luz de volta à grande árvore de Natal com muita música, cantoria e alegria. Em uma noite inesquecível, 13 mil pessoas brilharam ao participar da ação que de forma sensível, criativa e divertida representou o significado do Natal e encantou todos que viveram a experiência.

TOP CENTER SHOPPING

O maior Papai Noel da Av. Paulista e tema mobilidade fazem história no Top Center Shopping



Para dar boas-vindas ao Natal, o Top Center Shopping trouxe, em 2023, o tema 'Mobilidade' como referência de sua programação, além de estrear um Papai Noel gigante e um imperdível espetáculo para seus clientes em toda Avenida Paulista, cartão-postal de São Paulo. No dia 20 de novembro, visitantes da avenida foram contemplados com a chegada do Bom Velhinho de bicicleta, suas 'noeletes' e uma grande festa com um Coral, na entrada do empreendimento. O Papai Noel de 15 metros de altura, destaca a decoração do shopping, e anunciava a chegada da época mais mágica do ano. A mobilidade se estendeu em toda programação, com tours noturnos de bikes iluminadas pela Avenida Paulista, em parceria com o Bike Tour SP. Foram passeios guiados que passavam pelos pontos principais da região como Casa das Rosas, Japan House e MASP. Além disso, cada participante do tour fez a doação de dois quilos de alimentos para serem encaminhados às instituições parceiros do Bike Tour.



CATEGORIA

CAMPANHAS

INSTITUCIONAIS

Mais de 30 mil m² de ABL / Até 30 mil m² de ABL



A maioria das empresas de Shopping Centers terceiriza as interações com os clientes, mas a Almeida Junior diferencia-se ao manter 100% do seu quadro de colaboradores interno. Apesar de ser mais desafiador e dispendioso, o shopping acredita que investir em uma equipe própria, preparada, engajada e feliz é fundamental para oferecer a verdadeira experiência aos consumidores e lojistas. A sensibilidade de investir na linha de frente, impactando toda a cadeia que gera encantamento para o cliente, inspirou a Almeida Junior a conceber o projeto AJ Encanta. Com uma abordagem inovadora, o grupo reestruturou espaços físicos, aproximou-se das famílias dos 900 colaboradores, engajou equipes e criou programas de reconhecimento. Baseado em pesquisas e avaliações, o projeto proporcionou ferramentas para mais “Momentos UAU!” nas suas seis unidades, alcançando um índice de satisfação de 96% nas pesquisas.



MOINHOS SHOPPING

Moinhos Shopping: Tão Moinhos, tão você



O Moinhos de Vento é mais que um bairro de Porto Alegre. É um estado de espírito: desacelerar, andar mais a pé, parar para um café, encontrar os amigos e viver intensamente as pequenas felicidades do dia a dia. E o Moinhos Shopping está totalmente conectado com este estilo de levar a vida, pulsando o coração da região. Desta forma, reforçam a singularidade do bairro e associam com o shopping. Um bairro tradicional, e, ao mesmo tempo moderno, com charme e estilo próprios, assim como seus frequentadores. E, com base nessa premissa, a estratégia criativa busca estabelecer essa conexão entre o bairro, o shopping e os clientes por meio do conceito central: MOINHOS SHOPPING: TÃO MOINHOS, TÃO VOCÊ.





JK SHOPPING & TOWER

JK Shopping 10 anos



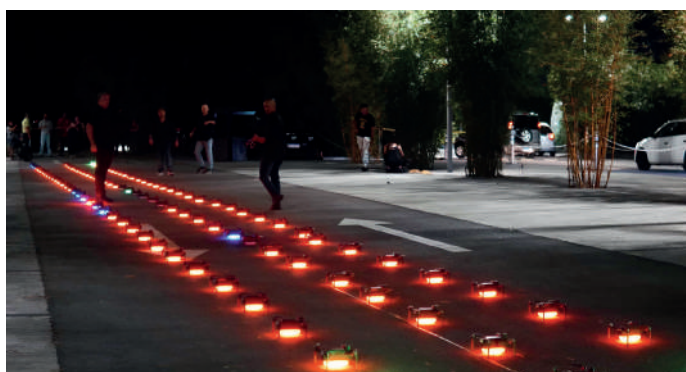
2023 foi um grande ano para o JK Shopping: comemoram os 10 anos de abertura do empreendimento da forma mais ampla possível, com promoções de vendas para os clientes, diversos eventos festivos, reconhecimento para lojistas, parceiros e funcionários. As festividades e os grandes investimentos em comunicação ajudaram a consolidar o empreendimento, que pode liderar as conversas do setor de shoppings no Distrito Federal na imprensa e nas redes sociais em importantes momentos. Estes investimentos foram de grande valia para aumentar a voz do centro de compras e o consolidar como o mais importante de uma região com 800 mil habitantes, quase um terço da população do Distrito Federal. O ano de 2023 também marcou a finalização das grandes transformações prediais que se iniciaram dois anos antes. Tiveram os melhores números da história, com menor vacância, maior venda anual e mensal dos 10 anos e grande movimentação de operações, quando somado tudo, 12% da ABL foi aprimorada.

JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER

100 mil seguidores no Instagram – Nossa alegria está nas alturas!



Com pouco mais de quatro anos de funcionamento, o Instagram do Jockey Plaza ocupa a 1ª maior base de fãs entre os shoppings de Curitiba e já foi finalista em prêmio Abrasce com seu case de engajamento. Em comemoração a seus 100 mil seguidores no Instagram, alcançados no final de outubro de 2023, o Jockey Plaza Shopping promoveu uma campanha comemorativa, e dentro dela o maior show de drones já visto em Curitiba, com 12 minutos de um espetáculo emocionante. Durante os primeiros 15 dias de novembro, criou interações online e offline, distribuindo prêmios diários aos clientes do mall e seguidores. Na noite do show comemorativo, os clientes puderam contemplar a apresentação inédita a partir da praça de alimentação, das sacadas dos restaurantes com vista para o Jockey Clube e do estacionamento externo, com público estimado de 10 mil pessoas, além da live e alta repercussão na cidade sobre o ineditismo da ação, uma comemoração digna que combinou com o perfil do shopping na rede social.



Em 17 de julho de 2023, o Governo Federal sancionou a Lei nº 14.624, que institui o uso do cordão com desenhos de girassóis para identificar pessoas com deficiências ocultas, ou invisíveis - que podem não ser percebidas logo de cara, como surdez, autismo, deficiências intelectuais, câncer, Aids, doenças renais, transplantados, entre outras. Atento às necessidades da sociedade, o Mogi Shopping percebeu a importância de humanizar o atendimento ao público com deficiências e, na mesma época, passou a disponibilizar cordões com desenhos de girassóis e treinou lojistas para o melhor acolhimento a estas pessoas que, por não apresentarem sinais físicos óbvios, enfrentam dificuldades no cotidiano, e que têm, por lei, direito a atendimento prioritário e merecem respeito. A iniciativa complementa uma série de ações inclusivas do programa “Mogi Shopping Para Todos”.



PARQUE DOM PEDRO

Driblando preconceitos, marcando gols: a parceria transformadora entre o Parque Dom Pedro



Em um mundo onde a inclusão ainda é um desafio, o Parque Dom Pedro abraçou a equipe do Ponte Preta S21 Futsal Down, transformando vidas por meio do esporte. Com uma parceria de mais de quatro anos, o shopping ofereceu espaço, visibilidade e, em 2023, tornou-se patrocinador oficial, estampando sua marca nos uniformes do time e ampliando o alcance da causa. Mais do que apoiar, o Parque Dom Pedro criou horários especiais em seus eventos para os membros do time e ONGs que trabalham com pessoas neurodivergentes, abrindo espaço para a inclusão e oportunidades para todas as pessoas. Essa história de amor e superação mostra como a união de esforços pode mudar a realidade de pessoas com Síndrome de Down, revelando talentos, fortalecendo laços e inspirando uma sociedade mais inclusiva. Emocione-se com a jornada do Ponte Preta S21 Futsal Down e descubra como o Parque Dom Pedro se tornou parte fundamental dessa transformação.





Em 2023, o até então Shopping Parque D. Pedro, ícone regional com 21 anos de história e mais de 400 operações, embarcou em um audacioso projeto de rebranding para se reinventar e oferecer experiências extraordinárias aos seus visitantes. Mais do que a mudança de nome para Parque Dom Pedro e a revitalização de suas áreas comuns, o empreendimento ressignificou sua essência, transformando-se em um destino que vai além das compras. A icônica andorinha, símbolo do empreendimento, ganhou novos contornos, refletindo contemporaneidade e apontando para novos rumos. Por meio de um plano de mídia robusto e estratégico, a nova marca impactou Campinas, cidades vizinhas e a indústria de shoppings. O Parque Dom Pedro convida a todos para embarcarem em uma jornada de descobertas, onde cada visita é única e momentos são transformados em memórias, a partir de experiências que combinam com estilos de vida e ampliam horizontes. O novo Parque Dom Pedro é um lugar onde a vida acontece e os sonhos.

PARQUE SHOPPING MACEIÓ

Verão Nordestense do Parque Shopping Maceió



Maceió é uma vitrine do Brasil para o Brasil. E uma vitrine do Brasil para o mundo. A cidade foi o destino turístico mais procurado do país em 2023 e o mais buscado para o carnaval de 2024. Para o Parque Shopping Maceió, toda essa visibilidade é uma oportunidade para furar bolhas, alcançar novos territórios de marca e gerar desenvolvimento de um jeito sustentável por meio da economia criativa, autoral e ancestral do Nordeste. Ao longo dos últimos 10 anos, o Parque Shopping Maceió conquistou espaço e se transformou em um influente centro de experiências, levando para uma das mais importantes cidades do Nordeste um novo conceito de moda, gastronomia, lifestyle e entretenimento. O shopping que atualmente passa por uma expansão, abriga hoje 200 lojas e recebe mais de 7 milhões de visitas ao ano, movimentando mais de R\$ 620 milhões em vendas. Um mercado que já supera a região Sudeste em vendas por metro quadro, segundo estimativas publicadas pelo Valor Econômico em junho de 2023.



RAPOSO SHOPPING

Família multiespécie no Raposo Shopping, o shopping de toda família, muito além pet-friendly

A procura pela adoção de pets teve um crescimento de 400% na pandemia. Dos pets contabilizados, 30% foram adquiridos no período (Radar Pet). Segundo pesquisa, 60% consideram os pets como membros da família. Atento às mudanças e necessidades de seus clientes, o Raposo Shopping incorporou as “famílias multiespécies” no seu rol de públicos estratégicos. A inauguração do Cantinho Pet e a realização da primeira feira de adoção, em agosto de 2022, marcaram o início do movimento. Em 2023, os pets foram co-protagonistas do Carnaval. No mesmo ano, o Dia das Mães incluiu as mães de pet, assim como o Natal. As famílias multiespécies ainda ganharam uma Praça de “Aulimentação” e o Clube de Fidelidade passou a integrá-las. As ações ampliaram a exposição positiva do shopping, contribuindo para o posicionamento e imagem, e tiveram impacto, especialmente, na área primária de influência, resultando em aumento de fluxo, vendas e receita de estacionamento, além de contribuir para a causa de pets abandonados.



RIBEIRÃO SHOPPING

Cãocierge do RibeirãoShopping



Entre todas as transformações comportamentais do nosso tempo, talvez os pets representem uma das maiores, mais influentes e mais fofa delas. Da arquitetura à indústria têxtil, dos hotéis à dinâmica das cidades, da configuração das famílias às relações sociais. Tudo tem sido transformado desde que os bichinhos passaram a fazer parte da vida e do dia a dia das pessoas. Segundo pesquisa do Euromonitor, em 2022, o Brasil já contava com 68 milhões cãezinhos de estimação. Seja pela hiperexposição digital, escapismo ou simplesmente companhia, uma coisa é fato: essa é uma relação de amor, profundo e verdadeiro. Todo esse afeto, faz com que a gente queira estar sempre junto do nosso animalzinho, em todos os momentos. Assim surgiram também novos códigos de convívio e esse foi o ponto de partida para o RibeirãoShopping criar o “Cãocierge”. Uma iniciativa incrível de relacionamento que transformou o Jhon-Jhon em celebridade e o shopping no melhor amigo dos clientes.



SHOPPING BARRA

Painel de Santa Dulce by Eduardo Kobra: um cartão-postal na fachada do Shopping Barra



Quem visita o Shopping Barra, em Salvador (BA), tem a oportunidade de contemplar uma imensa obra de arte em uma das suas fachadas: o Painel de Santa Dulce dos Pobres. Uma intervenção artística, no estilo street-art, elaborada pelo renomado artista Eduardo Kobra, que não é apenas imensa pelo seu tamanho – cerca de 300m² – mas acima de tudo grandiosa em seu propósito: unir a arte, a fé, a cultura e a possibilidade de ajudar a manter viva uma obra assistencial que salva milhares de pessoas todos os anos. O Painel de Santa Dulce chega a 2024 com três importantes atributos:

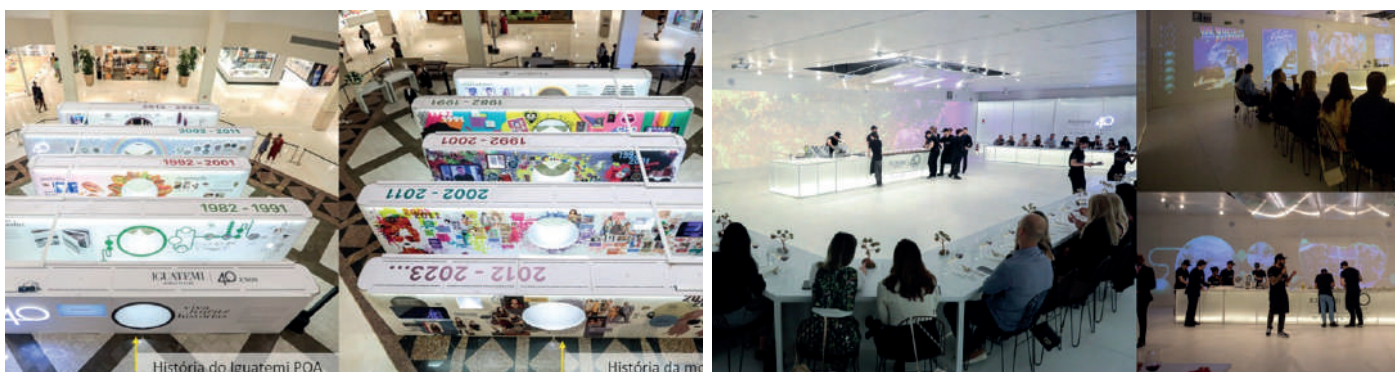
- Cartão-postal para turistas;
- Motivo de orgulho para os baianos e
- Imponente “lembrete” de que o gesto da freira, acolhendo uma criança carente, continua a acontecer diariamente nas Obras Assistenciais Irmã Dulce. O Shopping Barra, a partir do Painel de Eduardo Kobra e através de uma série de iniciativas anuais, se faz ponte entre a arte, a contemplação e ações de solidariedade.

SHOPPING CENTER IGUATEMI PORTO ALEGRE

40 anos Shopping Iguatemi Porto Alegre – Viva novas histórias



Para celebrar seus 40 anos, o Shopping Iguatemi Porto Alegre, realizou uma série de experiências para relembrar sua história e celebrar junto aos seus stakeholders todas as novas histórias que ainda estão por vir. No mês de abril de 2023, o público pôde visitar uma exposição interativa que contava através das décadas a história do shopping. Também construímos um restaurante de 500 m² no estacionamento, onde oferecemos 17 noites de experiências gastronômicas para nossos clientes. Cada prato criado especialmente para o jantar de oito tempos representava um símbolo do shopping. O chef contava a história enquanto servia e projeções mapeadas ilustravam as paredes. No dia do aniversário, 14 de abril, proporcionamos uma queima de fogos musicada para nossos clientes, além de bolinhos de aniversário e espumante com taças personalizadas para nossos lojistas. Por fim, fizemos um livro com 40 crônicas baseadas em histórias reais de pessoas que tem uma relação especial com o Iguatemi há anos.





SHOPPING CENTER NORTE

Center Norte Para Você: expansão com um mix das lojas mais desejadas no Brasil e no mundo

Para contar sobre a expansão de mais de seis mil m² de ABL, o Center Norte fez uma campanha 360° que envolveu influenciadores que somam 20 milhões de seguidores. Com grande engajamento com o público, eles mostraram que, para satisfazer as necessidades dos clientes, o shopping foi mais uma vez pioneiro ao levar com exclusividade, para a zona Norte, serviços e lojas consagradas que ditam tendências de moda e beleza em todo o mundo, mas que até então não tinham unidades na região. Foram 38 conteúdos no Instagram dos criadores, que foram amplificados no perfil do Center Norte. Os influenciadores tiveram mais de 2.3 milhões de espectadores únicos e quase 20 mil interações. Já o Instagram do shopping teve 4 milhões de pessoas, com impacto 78% acima da meta e 77% a mais de usuários do que o planejado. A divulgação teve ainda mídia OOH, em pontos de grande fluxo, branded content e imprensa. O sucesso da ação “+ Center Norte Para Você” tornou o empreendimento ainda mais valorizado e conhecido!



SHOPPING DA BAHIA

ALLOS – Shopping da Bahia foi a marca local que mais investiu no Carnaval de Salvador 2024



O Carnaval de Salvador foi abraçado mais uma vez pelo Shopping da Bahia. O empreendimento, que há 48 anos investe nas tradições e na cultura do estado, foi a marca local que mais aportou recursos na festa que é o orgulho dos baianos. O nome do shopping desfilou nos blocos e trios dos principais artistas e esteve presente nos camarotes mais badalados da folia, com ativações que destacaram a identidade do centro de compras em uma festa que reuniu milhões de pessoas nas ruas da capital baiana. A ação começou muito antes do primeiro bloco entrar na avenida e envolveu todo o empreendimento, com as ações na “Praça de Verão”, no 2º piso, e na venda e entrega das fantasias dos blocos e acessos aos camarotes em 11 pontos do shopping. Além de aumentar o fluxo de clientes no período, o SDB reforça seu posicionamento como um dos maiores incentivadores da principal manifestação popular do povo baiano e no desenvolvimento da economia regional.



SHOPPING JARDIM ORIENTE

Férias de Verão do Tsuru: arena gratuita de beach tennis no Vale do Paraíba



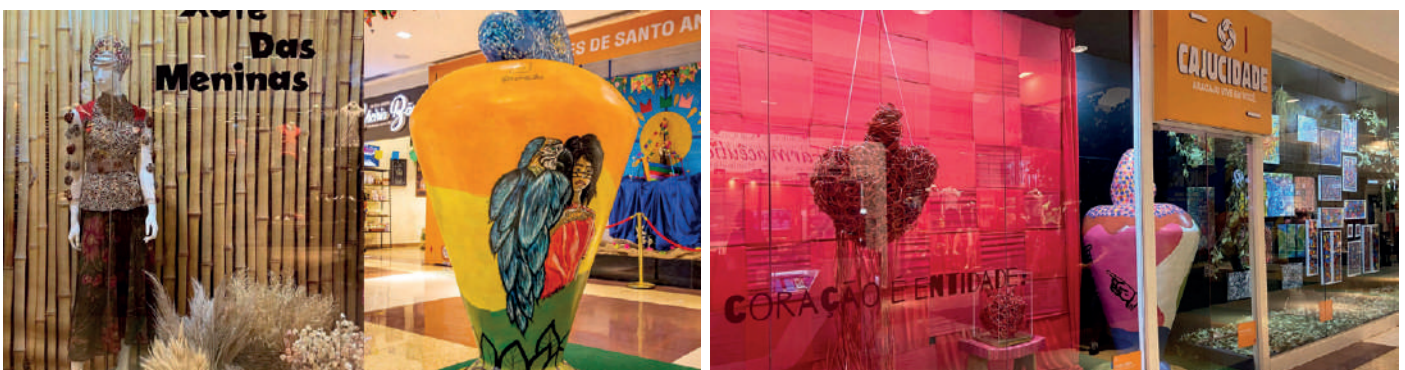
Clima Praiano com um dos esportes de maior evidência no momento, o beach tennis. Esta foi a programação de Férias de Verão do Tsuru, com a proposta de tirar as crianças e adultos do sofá e das telas dos celulares e computadores no mês de férias, e ofertar a oportunidade de “experimental” a modalidade e ter mais qualidade de vida. Com uma atração inédita e exclusiva, em parceria com a maior arena de esportes de areia do Vale do Paraíba, a Arena Sunset, o Shopping Jardim Oriente preparou espaço com duas quadras de beach tennis, com toda infraestrutura para prática esportiva e convivência do público, durante as férias. A ação contou com apoio de oito grandes marcas, como a BYD, Bauducco, Seara, Ambev, Kimberley Clark, Colégio Elo, Estação Coronel e SBT, e resultou em mais de 2.500 pessoas (alunos/day use) com acesso ao esporte por meio das aulas e prática livre.

SHOPPING JARDINS

Grupo JCPM – Shopping Jardins: Projeto Cajucidade



Com o objetivo de dar um novo uso a uma loja desocupada e estabelecer uma conexão afetiva com o público, o Shopping Jardins, em Aracaju, identificou a oportunidade de resgatar e levar para dentro do mall o movimento Cajucidade, criado em 2010 pelo artista Fábio Sampaio. Outros atores sociais engajaram-se à iniciativa lançada em março de 2023, em homenagem aos 168 anos de Aracaju, nascendo, assim, a Vitrine Cajucidade - um espaço perene de exaltação à cultura e às singularidades de Sergipe. Com um fluxo médio de 30 mil pessoas visitando o shopping por dia, a ação institucional tem dado visibilidade a diferentes expressões artísticas, não somente por meio da Vitrine, mas também pela repercussão que o projeto tem obtido na imprensa e nas redes sociais do mall. Desde o lançamento, foram realizadas sete exposições e o projeto segue surpreendendo o público em 2024 e estabelecendo empatia a partir da identificação cultural, fortalecendo, assim, a percepção de valor da marca Shopping Jardins.



A música remete a emoções e muitas das nossas lembranças normalmente estão associadas a uma trilha sonora. Em 2023, ano em que o Shopping Mueller – primeiro e mais tradicional shopping da cidade de Curitiba (PR) – completou 40 anos, o empreendimento iniciou suas comemorações tocando o coração dos curitibanos com uma novidade especial: a criação de seu sound branding. A marca, que já faz parte da memória afetiva das pessoas, agora também pode ser sentida e reconhecida por meio da música. Ainda pouco explorado no Brasil, o conceito de sound branding vem ganhando destaque no mundo e o Mueller é o primeiro shopping do Sul do Brasil a criar sua própria identidade sonora. O projeto propõe levar esta assinatura musical para todos os pontos de contato da marca com o consumidor, gerando assim novas formas de afinar ainda mais esta relação.



SHOPPING PRAÇA DA MOÇA

O Shopping Center é a vida acontecendo todos os dias



Todo final de ano, o Shopping Praça da Moça pensa em como transmitir a todos seus clientes uma mensagem positiva da marca, como transcender sua imagem para além do mall ou da experiência da visita. Desta vez, pensaram em uma mensagem que pudesse sintetizar sua essência através de um vídeo, trabalhando a imagem institucional mesmo para quem estivesse distante e ao ponto de outros clientes serem também embaixadores dessa mensagem, viralizando nas redes sociais. Criaram então um flashmob, uma ação surpresa em plena praça central de eventos e na decoração de Natal. Convidaram para esta ação a Associação Fernanda Bianchini, a única companhia profissional de balé para cegos do mundo! Escolheram a época de Natal, momento em que o shopping tem alto fluxo de pessoas e todos se mostram mais receptivos e acolhedores, contribuindo para receber a mensagem.





SHOPPING SP MARKET

Inauguração da nova fachada marca o crescimento e reposicionamento competitivo do Shopping



O SP Market celebrou, no dia 5 de dezembro de 2023, um novo momento do empreendimento que está rumo aos 30 anos. A noite especial contou com arte e cultura para solenizar o cuidado e o ótimo relacionamento do shopping com a região, lojistas, órgãos públicos e referências do setor. Contou com a presença de autoridades como o Prefeito de São Paulo Ricardo Nunes, o Presidente da Câmara Municipal de São Paulo e vereador Milton Leite, além de representantes da Abrasce. A revitalização da fachada foi erguida como um marco de renovação e progresso. Tornou-se um espaço de exposições artísticas contínuas. Foi lançado com um show de luzes durante todo o mês de dezembro. Na sequência, em janeiro de 2024, uma arte de 1.200 m², concebida pelo muralista e artista visual Carlão Bernini, homenageou o aniversário de São Paulo com um presente para toda a população. Essa revitalização faz parte do rebranding do shopping e do seu projeto estratégico de modernização e reposicionamento.

SHOPPING VITÓRIA

Shopping Vitória: 30 anos de momentos únicos!



SHOPPING VITÓRIA

Em 28 de junho de 2023, o Shopping Vitória completou 30 anos de operação na capital do Espírito Santo. Para celebrar e comunicar o alcance dessas três décadas de forte conexão com a cidade e história com o público capixaba, o empreendimento desenvolveu uma comunicação institucional potente e emotiva, envolvendo toda a comunidade do Shopping Vitória. Todos os stakeholders (clientes, lojistas, colaboradores, fornecedores, formadores de opinião) foram impactados por meio de campanhas, promoções e ativações, que contaram com uma linguagem moderna, refletindo a essência do shopping e reforçando os laços de afeto e sintonia com o público. Uma combinação de estratégias, incluindo o maior investimento em eventos licenciados da história, que traduziu o sentimento positivo que o Shopping Vitória provoca nas pessoas, o que faz dele um lugar para se viver momentos únicos!



Os sentidos moldam nossa percepção do mundo, sendo o olfato um dos mais marcantes e instintivos. Reconhecendo o poder do Marketing Olfativo na criação de experiências únicas, a Shoppings Sá Cavalcante, líder no segmento de shopping centers, decidiu investir na criação de uma fragrância própria. Mas, em vez de uma abordagem top-down, optou por envolver ativamente seus colaboradores e líderes na escolha do aroma que representaria toda a companhia. Com uma estratégia gamificada, cada shopping indicou um líder de projeto e todo o time foi engajado, transformando o processo em uma emocionante competição. Ao final, baseada em critérios como ser agradável, atemporal, marcante e replicável, uma das fragrâncias foi escolhida e hoje está em todos os empreendimentos.



TIETÊ PLAZA SHOPPING

Tietê Plaza: É todo seu



A história do Tietê Plaza se mescla à história de Pirituba e o empreendimento decidiu comemorar seus 10 anos de operação com uma nova identidade de marca celebrando sua comunidade. O Tietê Plaza criou uma identidade visual, encontrou sua nova “voz” para conversar com o público que vive seu dia a dia e retirou a palavra shopping do nome, assumindo-se como life center referência em compras, gastronomia, convivência e entretenimento da região, engajado com o desenvolvimento e o bem-estar de sua comunidade. As mudanças ganharam avaliação positiva do público, dando suporte para alta de 10% nas vendas do empreendimento desde o lançamento da nova identidade até o fim do ano e alavancando o tíquete médio das principais campanhas promocionais em 30%. A imprensa também aderiu às mudanças da marca e 83% das matérias citando o Tietê Plaza destacaram suas novas mensagens-chave.





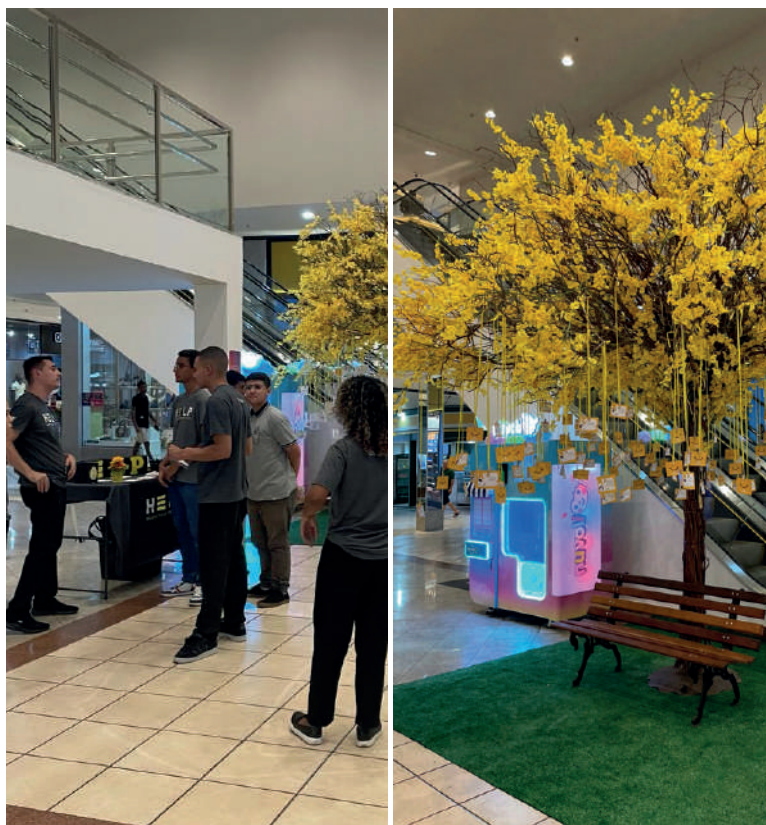
O ViaShopping celebrou seus 20 anos com um evento que redefiniu o compromisso com a inovação e a comunidade. Uma exposição histórica e artística, incluindo a parceria com o artista Gustavo Simões, destacaram a evolução do shopping e mostraram Belo Horizonte sob uma ótica lúdica, criando uma experiência visual e emocional rica para os visitantes. Gestos de gratidão para com os lojistas e clientes, como velas aromáticas e pães de mel, fortaleceram laços, simbolizando a continuidade da “chama da parceira” e a “doçura das memórias”. A resposta entusiástica reafirmou o lugar do ViaShopping como um epicentro cultural e experiencial, prometendo continuar a jornada de sucesso, inovação e compromisso com a diversidade e inclusão. As celebrações dos 20 anos não foram só um marco, mas uma promessa de um futuro brilhante para o ViaShopping.

ARAGUAIA SHOPPING

Árvore da Vida Araguaia Shopping

ATÉ
30 MIL M²
DE ABL

Com o objetivo de reforçar o compromisso com o bem-estar da comunidade, o Araguaia Shopping trouxe até seu público uma ação acolhedora e sensível no mês de setembro dos anos de 2021, 2022 e 2023: a “Árvore da Vida”. Nesses três anos, um bellissimo Ipê Amarelo foi instalado na Praça Central do Shopping tornando-se um símbolo de esperança e valorização da vida no mês prevenção ao suicídio. A “Árvore da Vida” foi decorada com centenas de cartões contendo mensagens de apoio e otimismo para que as pessoas pudessem retirar qualquer um deles para ler e se inspirar ou presentear alguém em um momento desafiador de vida. Além das mensagens, a ação também contou com a parceria dos voluntários do Projeto Help, que ofereceram apoio e escuta receptiva aos visitantes que se encontravam em situação de vulnerabilidade emocional os encorajando a pedir ajuda e desmistificando a questão da saúde mental.





BOTAFOGO PRAIA SHOPPING

Menos parede, mais Pão de Açúcar: a nova fachada do Botafogo Praia Shopping

A evolução dos hábitos de consumo e a crescente valorização do contato com a natureza levaram o Botafogo Praia Shopping a repensar sua experiência. Localizado em um prédio histórico inaugurado no final da década de 40 e situado de frente para um Patrimônio da Humanidade, o desafio era claro: como proporcionar esse contato em um espaço já existente? Diante disto, foi identificado através de pesquisas, que a abertura de uma fachada de vidro em todo o shopping seria uma oportunidade de mudar não apenas a estrutura do equipamento, mas transformá-lo em um ponto turístico, com áreas de gastronomia, entretenimento e relaxamento voltadas para a espetacular vista panorâmica para o Pão de Açúcar. Do 3º até o 7º, a fachada foi substituída por uma cortina de vidro, complementando o que já existia no 8º andar estabelecendo uma conexão entre o shopping e o Pão de Açúcar. Agora, os clientes desfrutam de um dia de compras ou um simples passeio com uma das vistas mais incríveis do Rio de Janeiro.



MARÍLIA SHOPPING

Dia dos Pais do Marília Shopping mostra um retrato de amor e companheirismo

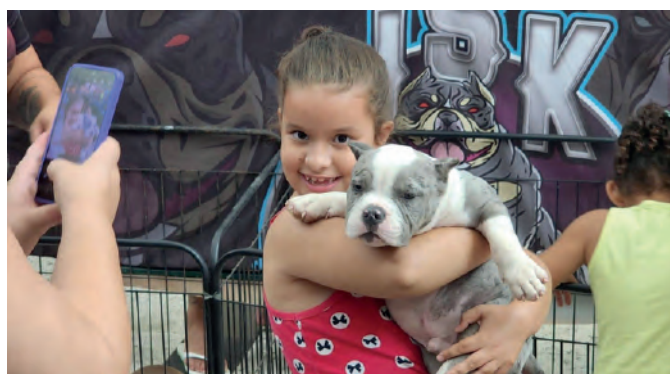


Para celebração do Dia dos Pais, foi desenvolvido um vídeo institucional pelo Marília Shopping, protagonizado por uma influenciadora de 11 anos com Síndrome de Down e seu pai, destacando o amor e companheirismo entre eles. O vídeo apresenta um dia de diversão entre pai e filha, com a menina narrando a importância fundamental de seu pai em seu desenvolvimento e conquistas, demonstrando que, com esse apoio incondicional, tudo é possível. A iniciativa enfatiza o papel essencial dos pais em nossas vidas, orientando-nos com sabedoria, amor e dedicação, tornando possível enfrentar e vencer obstáculos. Essa mensagem inspiradora de união e resiliência, atingiu a expressiva marca de mais 250 mil contas no Instagram.



PENÁPOLIS GARDEN SHOPPING

Bodas de estanho no Garden Shopping Penápolis



Em seu 10º aniversário, o Penápolis Garden Shopping mostra que é possível estender o ciclo de impactos positivos de um shopping em seu entorno para muito além da sua fase de implantação e consolidação, como versam diversos estudos, fazendo do marketing de causa sua principal estratégia. Com um modelo de gestão “porta aberta”, o empreendimento mantém um relacionamento próximo à comunidade por meio uma ampla agenda que integra diversas ações e eventos filantrópicos, alinhada ao conceito contemporâneo de desenvolvimento sustentável. No período de janeiro de 2023 a março de 2024, esse trabalho foi responsável pela geração de mais de R\$ 32 mil a entidades filantrópicas, além das doações de alimentos, leite, brinquedos e bezerros. Mas essa relação tem ainda mais profundidade por meio das parcerias que formam uma rede do bem e geram valor a todos, como a realização de ações promocionais em conjunto, cessão de espaços para geração de negócios, entre outras que serão detalhadas a seguir.

PONTAL SHOPPING

Evento de Inauguração Pontal Shopping



Em abril de 2023, Porto Alegre recebeu um novo presente: o Pontal Shopping, um complexo que apresentou o conceito de life center inédito para a população do sul do Brasil. O evento de inauguração iniciou no dia em que o empreendimento abriu as portas e se estendeu ao longo da semana com um Musical Shine, além de exposições temáticas e apresentações artísticas, transformando a abertura em uma experiência inédita. O evento explorou todo o potencial do complexo, desde a estrutura do shopping center até a sua integração com a orla do Guaíba e a natureza do Parque Pontal. A apresentação principal ocorreu no interior do empreendimento e a programação gratuita atraiu os visitantes e ajudou a consolidar o posicionamento de life center. Porto Alegre também ganhou um espaço único na zona Sul com vista e integração à natureza. Com a revitalização da orla, a cidade volta a estar de frente para o Guaíba, e a localização privilegiada do Pontal Shopping destaca ainda mais o pôr do sol.



Em 2023, o Ponteio Lar Shopping, atuante no segmento de decoração, móveis, design e artigos para o lar, lançou o Clube Privilège, um programa de relacionamento exclusivo para profissionais das áreas de decoração, design de interiores, arquitetura e paisagismo. Oferecendo vantagens e diferenciais para estes profissionais, o Privilège tem por objetivo estreitar os laços deste importante público-alvo, com os lojistas e administração do shopping, visando consequentemente o estímulo das vendas. Obtendo sucesso imediato, o programa atraiu mais de 700 inscritos em seu primeiro ano. Ao converter as compras realizadas pelos profissionais e seus clientes em pontos, eles concorrem a vales-compras no shopping e desfrutam de vários benefícios, como isenção de estacionamento e participação em eventos exclusivos: exposições de design, produção de conteúdo em redes sociais, sessões de cinema com coquetel e jantares de premiação.



RECREIO SHOPPING CENTER
Abraçando a Vizinhança

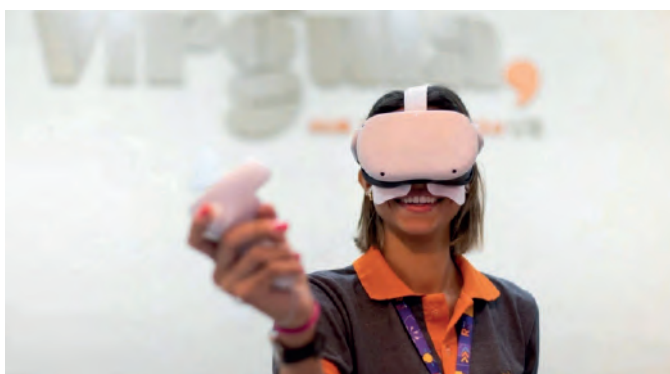
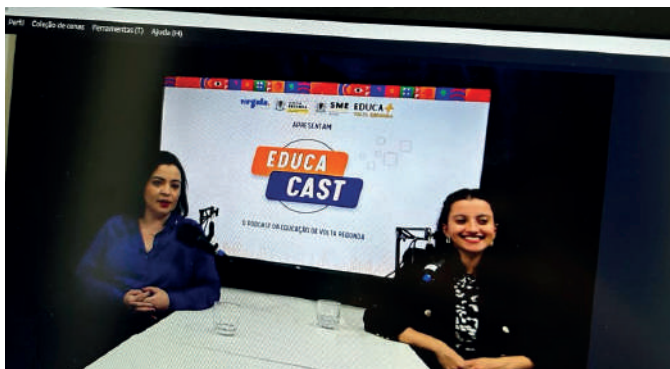


O projeto “Abraçando a Vizinhança” do Recreio Shopping foi criado com o objetivo de estreitar os laços com a comunidade de Barra Bonita, no Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro (RJ). Reconhecido como o “quintal” dos moradores, o empreendimento criou o projeto que integra uma variedade de ações, incluindo experiências personalizadas, benefícios exclusivos, apoio à ONG e “adoção” da praça do bairro como espaço de eventos e convivência. A iniciativa se destacou ao tratar cada cliente de forma singular e beneficiar a comunidade como um todo, atendendo às demandas dos consumidores por comunicações autênticas, relevantes e afetuosas. Essa abordagem resultou em um relacionamento próximo e significativo entre o Recreio Shopping e a vizinhança de Barra Bonita, firmando o compromisso do empreendimento em ser mais do que um centro comercial, mas sim um ponto de encontro, onde as relações humanas são valorizadas e cultivadas.



SHOPPING PARK SUL

Hub de Inovação – Park Sul como agente de desenvolvimento econômico e social



Com o intuito de estimular o empreendedorismo e alavancar o desenvolvimento da região no período de pós-pandemia, o Shopping Park Sul, por meio de uma parceria público-privada com a Prefeitura de Volta Redonda e a Universidade Federal Fluminense, inaugurou o Vírgula – Hub de Inovação e recebe colaboração diversas instituições como UNIFOA, UGB, CDL e Sebrae. Um espaço aberto ao público diariamente, com área de coworking, salas para reunião, espaço para palestras, cursos e workshops. O projeto conta ainda com uma sala multicast, de onde são produzidos diversos materiais audiovisuais além de um Podcast semanal. No Vírgula, startups apresentam seus projetos, universidades têm contato direto com empresas e o público tem acesso a ferramentas de capacitação profissional. O projeto rendeu a Volta Redonda o prêmio de “Cidade Empreendedora” na 12ª edição do “Prêmio Sebrae Prefeitura Empreendedora”, um orgulho para a cidade e para todas as instituições que fazem deste sonho uma realidade.

SUZANO SHOPPING

1ª Cãominhada de Suzano

SUZANO
SHOPPING

A 1ª Cãominhada de Suzano marcou o encontro entre os amantes de pets, em uma parceria com a Secretaria Municipal do Meio Ambiente. O evento, que contou com a participação de diversos cachorrinhos, ofereceu um percurso agradável de aproximadamente 2km, iniciando no Shopping até o Parque Municipal Max Feffer. Além de ser uma oportunidade para os pets se exercitarem e se divertirem ao ar livre, a 1ª Cãominhada promoveu a integração entre as famílias, que puderam compartilhar momentos de alegria e descontração enquanto desfrutavam do passeio. A iniciativa teve um impacto positivo na comunidade, destacando a importância da promoção do bem-estar animal e do convívio saudável entre tutores e pets.



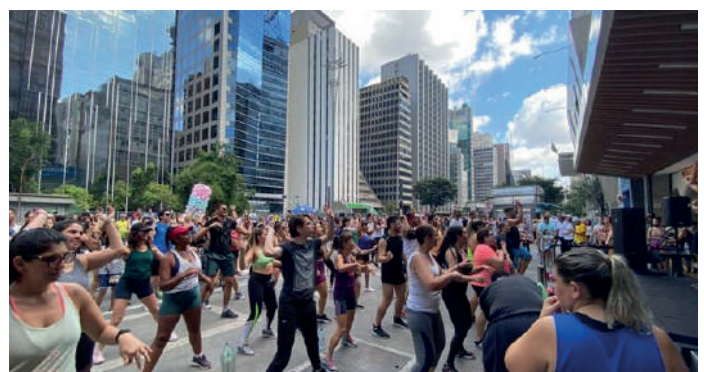
Ajudar a quem precisa, ainda que com pequenos gestos, pode transformar vidas. E para incentivar ainda mais a solidariedade, o Suzano Shopping lançou o projeto “Pedacinho do Bem”, uma ação em parceria com o Fundo Social de Solidariedade do município, durante a inauguração da “Loja do Bem”, que foi o ponto de coleta de agasalhos e cobertores instalado no empreendimento. “Pedacinho do Bem” incentiva a população a doar novelos de lã para a confecção de colchas e mantas destinadas à população vulnerável atendida pelo Fundo Social. Além disso, qualquer pessoa em visita ao shopping poderá participar de uma oficina gratuita de crochê e confeccionar seu próprio pedaço da colcha para a campanha. Ou seja, foi uma forma de doar um pouco de tempo à causa social.

**TOP CENTER SHOPPING**

Transformação do Top Center Shopping no palco de eventos da Avenida Paulista



Em 2023, o Top Center Shopping inovou ao consolidar a entrada do empreendimento como palco de eventos gratuitos na Avenida Paulista. Com o intuito de criar uma área de eventos atrativa na região, aproveitamos a estrutura favorável do empreendimento, que conta com entrada principal a Avenida Paulista. O shopping não dispõe de uma Praça de Eventos como os empreendimentos de maior porte, devido a estrutura histórica do prédio fundado na década de 70. Ao unir esforços com o programa Ruas Abertas, que fecha a avenida aos domingos e feriados das 9h às 16h para lazer, foi possível oferecer uma nova experiência de entretenimento para moradores e visitantes da Paulista. Os eventos na entrada resultam no aumento do fluxo de pessoas, viabilidade de eventos de grande porte e receita para o empreendimento através de locação para marcas realizarem ativações.



VENTURA SHOPPING

Ventura Shopping Supera Desafios Pós Pandemia com Plano de Negócios Inovador



O Ventura Shopping, composto em sua maioria por pequenos e médios empreendedores, enfrentou grandes desafios durante a pandemia de COVID-19, afetando severamente o principal locatário do empreendimento, que consiste em pequenos empreendedores. A taxa de vacância do shopping, que era de 14% em 2019, alcançou 19% no auge da pandemia em 2021. Para reverter essa situação, o Ventura Shopping desenvolveu um plano de negócios inovador. Com esforços em conjunto entre os setores Comercial, Operacional, Arquitetura e Marketing, o plano incluiu apoio comercial, suporte operacional e de projetos, e um planejamento de comunicação com ações em canais digitais para captação de novos empreendedores. Essas iniciativas não apenas ajudaram a melhorar os processos internos e a gestão do shopping, mas também resultaram em benefícios tangíveis para os lojistas e o empreendimento como um todo.

VILLAGEMALL

VillageMall: Relacionamento no estado da arte



Criativo em expressões únicas, capazes de provocar, inspirar e despertar sensações e novas interpretações através do tempo. E assim se perpetuam, mantendo-se sempre atuais. Esse também é o paradoxo do VillageMall. Um espaço onde a contemporaneidade convive com conceitos eternos de luxo e sofisticação. Um lugar onde cada detalhe foi pensado para atender um público exigente, cosmopolita e com alto poder aquisitivo. Da arquitetura internacionalmente premiada à curadoria de marcas, tudo nele foi criado para oferecer uma experiência única. E atemporal. Em um contexto em que a relação entre as pessoas e o tempo assume novos contornos, em que a velocidade e a superficialidade das interações digitais parecem predominar, o VillageMall encontrou na arte um novo sentido para uma ambiciosa estratégia de relacionamento, indo contra o fluxo para criar conexões duradouras com seus clientes.



CATEGORIA

EVENTOS E

PROMOÇÕES

Mais de 30 mil m² de ABL / Até 30 mil m² de ABL



O Amazonas Shopping, em uma ação inédita em parceria com o Museu da Amazônia, levou para dentro do shopping center um pedacinho da maior floresta tropical do mundo. O evento “Todo o Mundo na Floresta”, realizado em alusão ao Dia da Amazônia (5 de setembro), proporcionou ao público uma experiência totalmente imersiva e sensorial, com a recriação de ambiente e sons, além do contato direto com elementos da natureza. Essa foi a primeira vez que as atividades do Museu da Amazônia, que está localizado na Reserva Florestal Adolpho Ducke, dentro do ambiente urbano da cidade de Manaus (AM), foram desenvolvidas dentro de um shopping. A parceria, que teve como objetivo central ampliar o alcance das mensagens propagadas pela equipe do Museu, de conscientizar por meio da educação sobre a importância da preservação da floresta, alcançou resultados extremamente positivos.

**AMÉRICAS SHOPPING**

Parceria com a Polícia Federal – corrida de combate à violência doméstica e à pedofilia



O Américas Shopping promoveu em 2023 duas corridas especiais: a Corrida Federal Rosa (O Desafio da Rampa), no Dia da Mulher no mês de março; e a Corrida Federal Kids, no dia das crianças em outubro. Ambas as ações, em parceria com o Instituto Federal Kids e Federal Rosa da Polícia Federal, aconteceram no terraço G3 e tinham como objetivo de sensibilizar a população sobre questões importantes para a comunidade. A Corrida Federal Rosa, que ocorre no mês da mulher, busca combater a violência contra a mulher, enquanto a Corrida Federal Kids, realizada no mês das crianças, visa orientar os pais sobre o combate ao abuso infantil. Ambas unem informação com entretenimento esportivo, proporcionando uma experiência única.



Em um mundo cada vez mais polarizado, é na mesa de bar que a diversidade é celebrada. Entre as expressões da nossa cultura, talvez seja o boteco aquela que mais profundamente captura a essência da nossa descontração e alegria de viver. Um território sem fronteiras e um ponto de encontro para amigos da vida inteira e para aquelas amizades verdadeiras com alguém que acabamos de conhecer. E foi exatamente esse espírito que inspirou o BarraShopping a trazer, pela primeira vez em um shopping center no país, todo esse universo, reunindo dez dos melhores botecos do Rio de Janeiro, escolhidos pelo público e pelos jurados do Comida di Buteco, o mais importante concurso de gastronomia de bares do Brasil.

**BOURBON SHOPPING SÃO PAULO**

Dia dos Pais pra Você – Bourbon Shopping São Paulo



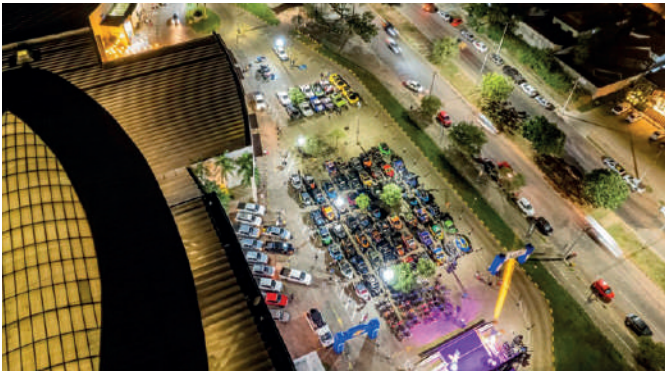
Imagine unir duas paixões mundiais – distintas entre si – em uma mesma narrativa. De um lado, uma partida de futebol. De outro, a degustação de um bom vinho. O resultado? Uma experiência exclusiva Manchester United e Casillero del Diablo. Foi esse espírito lendário, de tradição e paixão pela excelência que provocou um Dia dos Pais inesquecível no Bourbon Shopping São Paulo, onde famílias apaixonadas pelo futebol e vinhos de alta qualidade vivenciaram uma experiência exclusiva em um dos maiores e mais expressivos clubes de futebol do mundo. A popularidade de um esporte coletivo, a emoção de um jogo de alto nível, mesclados aos contos e fábulas dos vinhos da Concha Y Toro, possibilitaram a construção de uma poderosa história: a aventura de uma viagem única à Inglaterra, que percorrerá o fanatismo do futebol de elite com a intensidade de uma lenda. Mais do que apenas uma promoção de Dia dos Pais, o Bourbon São Paulo premiou clientes sortudos com a realização de um grande sonho.





CAPIM DOURADO SHOPPING

Rally Jalapão eleva Palmas e Capim Dourado Shopping ao pódio da relevância nacional



Nas áridas terras do Tocantins, surge uma prova de destemidos pilotos e máquinas incansáveis: o Rally Jalapão, uma das maiores competições cross country do Brasil. O Capim Dourado Shopping, sediado na capital tocantinense, abraçou o evento com o compromisso de promover o Tocantins através do seu já consolidado projeto “Sou Daqui” e o transformou em um espetáculo para o público local. A programação de largada, concentrada em Palmas, transformou o shopping em um centro pulsante de atividades, com vistorias, briefings e a aguardada largada promocional. Junto a uma animada recepção com a banda municipal da Guarda Metropolitana e DJ, os espectadores tiveram a oportunidade única e inédita de acompanhar de perto seus ídolos e admirar os imponentes veículos que enfrentaram os desafios do Rally. O shopping se tornou não apenas um mero espectador, mas sim uma etapa do Rally, inserindo-se diretamente na fervilhante atmosfera da competição e reforçando sempre seu papel e protagonismo no Estado.

CAPIM DOURADO SHOPPING

Mega Bazar: Lojistas faturam até 3 vezes mais em estrutura especial no mall



No competitivo universo varejista, o Mega Bazar emergiu como uma inovação no formato de liquidações com experiências inéditas para os clientes através de um evento surpreendente. Transformando uma praça do shopping em um cenário interativo repleto de stands atraentes, o evento sincronizou oportunidades de descontos e prêmios. Doze marcas renomadas, incluindo Bo.Bo, Le Lis Blanc, O Boticário e Carmem Steffens, participaram, oferecendo descontos de até 70%, democratizando o acesso ao luxo para consumidores em busca de qualidade e estilo. A mecânica de vendas foi um estímulo adicional: a cada R\$ 50 em compras, os clientes podiam girar a roleta da sorte, ganhando prêmios e fomentando um ciclo contínuo de visitas e compras em outras lojas, fortalecendo assim todo o ecossistema do shopping. Os resultados foram extraordinários, com as marcas registrando vendas três vezes maiores do que as realizadas em suas lojas físicas durante o evento, ressaltando o estrondoso sucesso do Mega Bazar.



CAPIM DOURADO SHOPPING

CASACOR/Tocantins: 1ª edição do formato original aconteceu no Capim Dourado Shopping

O Capim Dourado Shopping é um grande apoiador da cultura regional do estado do Tocantins. Através do projeto “Sou Daqui”, diversas ações e eventos já foram criados para enaltecer a força cultural e empresarial do nosso estado. Em concatenação a isso, em 2023, pela primeira vez no formato original, foi realizada a CASACOR/Tocantins no Capim Dourado Shopping. Essa é uma das maiores e mais renomadas mostras de arquitetura, design de interiores e paisagismo das Américas. Com ambientes inspiradores e inovadores, o evento reuniu os melhores profissionais tocantinenses do ramo para apresentar as últimas tendências e soluções criativas para espaços residenciais e comerciais da nossa região. A mostra contou com cerca de 30 profissionais entre arquitetos, designers e paisagistas assinando 25 projetos em uma área de 2.600 m² e transformou completamente a área do estacionamento externo do shopping, atraindo também novos negócios e marcas importantes como BRB, Audi e outras marcas locais.



CAPIM DOURADO SHOPPING

Tocantins Fashion Week: 1ª edição do circuito de moda nacional no Capim Dourado Shopping



O Tocantins Fashion Week, uma iniciativa pioneira patrocinada pelo Capim Dourado Shopping e organizada pela CNFW, marcou um momento histórico para toda a cena cultural e de moda do Tocantins. Este evento, o primeiro do gênero na região, elevou o shopping ao status de principal palco para eventos de moda na cidade e no estado, ampliando a visibilidade das suas lojas neste segmento vibrante. Desde 2021, o Capim Dourado Fashion Trend tem sido uma plataforma de destaque para as coleções de moda masculina, feminina e infantil, unindo desfiles impactantes, conteúdos relevantes e a presença de figuras influentes da moda. Com a participação de 13 lojas, o evento transcendeu a promoção de moda e beleza, fomentando conexões de negócios e reforçando o shopping como o destino ideal para inaugurações no setor. O sucesso do evento abriu portas para negociações com marcas renomadas, como a Arezzo, consolidando o evento como uma expressão poderosa de arte, cultura, moda e negócios.



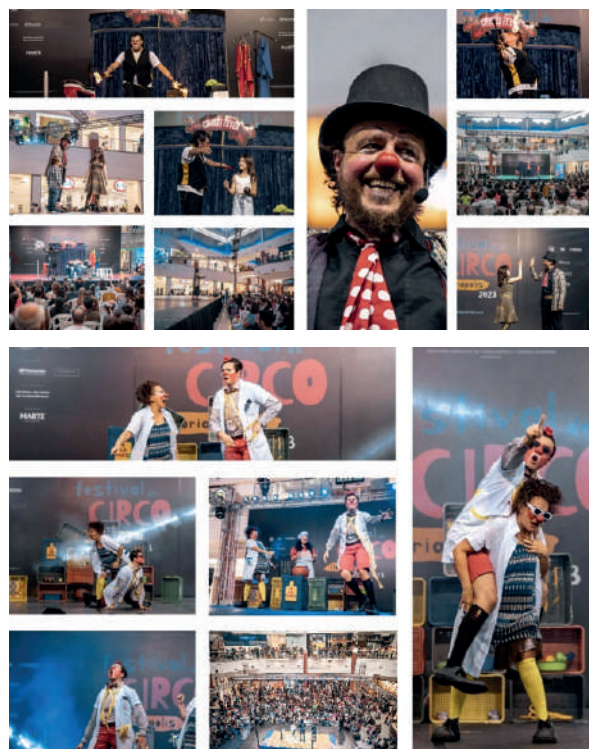


A 26ª edição da CASACOR Goiás, realizada no Flamboyant Shopping, foi um evento marcante que reuniu 36 ambientes meticulosamente projetados por uma equipe de 53 talentosos profissionais. O objetivo era ir além dos limites tradicionais da arquitetura e design, explorando inovações tecnológicas e soluções habitacionais que refletissem os valores contemporâneos e as tendências do mercado. Durante o período de 6 de maio a 2 de julho de 2023, o público foi calorosamente convidado a adentrar nesse universo criativo, onde cada espaço contava uma história única e cativante. A proposta era proporcionar uma experiência envolvente e sensorial, que transcendesse a simples observação. Os visitantes foram convidados não apenas a ver, mas a sentir, ouvir e interagir com os ambientes, mergulhando em um mundo de possibilidades e inspirações. Cada visita se tornou uma jornada pessoal de descoberta, onde o conforto se unia à estética para criar uma atmosfera única de bem-estar e encantamento. A CASACOR

FLORIPA SHOPPING
Festival de Circo



O 3º Festival de Circo, realizado de 7 a 10 de setembro de 2023 no Floripa Shopping, ofereceu gratuitamente espetáculos circenses compostos por 11 companhias, oficinas vivências de circo e workshops. Sendo o mesmo inclusivo, contando com tradução em libras e audiodescrição. Foi um evento importante para o cenário cultura de Florianópolis, impactando mais de 28 mil espectadores e que apoiou a democratização do acesso à cultura. A programação contemplou diferentes áreas do circo como: mágica, palhaçaria, malabarismo, acrobacias e entre outros. Na vivência circense teve atividades para as crianças experimentarem a modalidade de forma recreativa. Além de ensinar técnicas, ainda promoveu interação social, coordenação motora, agilidade e raciocínio rápido. Realizamos workshops para praticantes amadores ou profissionais da arte do circo, trazendo a oportunidade de conhecer o universo do circo. Acrobacias de solo, aquecimentos e pequenas evoluções coreografadas foram ministradas aos presentes.



GRAND PLAZA SHOPPING

Grand Plaza cria nova efeméride de varejo no ABC Paulista com Festival 26 Primaveras

Setembro sempre foi um desafio para o Varejo. Em meio ao Dia dos Pais e das Crianças e já próximo à Black Friday, o público historicamente reduz o consumo mesmo diante de promoções pontuais. Mas setembro é o mês de aniversário do Grand Plaza e o empreendimento mudou o calendário do Varejo do ABC Paulista com o Festival 26 Primaveras. A história inicia em 2022, quando o Grand Plaza promove o Festival 25 Primaveras e conquista resultados tão positivos que decide estabelecer seu aniversário como uma nova efeméride para a região. Com alta acumulada de vendas de 34% desde a primeira edição, crescimento de 9% no fluxo de visitantes em relação a 2022, 3.511 participantes na campanha promocional, mais de 1,5 milhão de pessoas alcançadas na comunidade digital e alta de 133% na exposição da marca na imprensa, o evento também se firmou como a quarta data mais importante no ranking de promoções do empreendimento, atrás apenas de Natal, Dia das Mães e Dia dos Pais.



JK SHOPPING & TOWER

JK Shopping – Dia Internacional da Mulher – Cerveja Substantivo Feminino



Em 2023, o JK Shopping comemorar o Mês da Mulher de uma forma diferente: fugindo do senso comum, trouxemos o protagonismo feminino para uma frente que é sempre associada ao público masculino: a cerveja. Em parceria com a cervejaria Urban, do Distrito Federal, liderada pela empreendedora Marina Lima, e com a participação da sommelier de cerveja e criadora de conteúdo Suzana Bernardes, o JK comemorou o Dia da Mulher durante 30 dias do mês de março. Criamos conteúdos sobre harmonizações de cerveja artesanal com pratos dos restaurantes do shopping para as redes sociais, uma promoção exclusiva para mulheres e um evento especial que reuniu as clientes do JK e convidadas especiais para uma noite de bate-papo sobre o universo cervejeiro.



JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER

Liga Jockey Plaza ANB 3x3



Em uma parceria inédita entre o Grupo Tacla e a Associação de Basquete 3x3, o Jockey Plaza Shopping foi palco da abertura da Liga Jockey Plaza ANB de Basquete 3x3, que aconteceu na praça central do shopping. O evento aconteceu entre os dias 8 e 11 de junho, com ativação para os clientes do shopping, entretenimento, competição de alto nível com atletas de todo o país e a presença da mascote Kapivara Com K, que interagiu com os clientes durante a programação do evento. O Jockey Plaza Shopping possui a maior praça de eventos indoor entre os shoppings de Curitiba. Este espaço atua como uma âncora do empreendimento, recebendo atrações destinadas às crianças ou famílias, que são sucesso de público e receita quando explorados com bilheteria. Intercalados a eventos infantis, o shopping recebe como co-realizador alguns eventos esportivos que transformam a praça central em uma arena ou quadra. O Basquete 3x3 foi a primeira vez num shopping de Curitiba, e foi sucesso de público e na imprensa.

LITORAL PLAZA SHOPPING

Litoral Food Festival – Vinhos – 2023



O Litoral Food Festival 2023 - Edição especial Vinhos foi a 2ª edição de um evento em 2022 e que devido ao seu grande sucesso, teve continuidade através de uma nova edição, ainda mais grandiosa. Seguindo seu formato original, o evento contou com a disputa de pratos principais e sobremesas entre lojistas de alimentação, além de shows gratuitos com grandes artistas nacionais: Rodrigo Teaser, Thalita Pertuzatti e Xande de Pilares e um seminário gratuito do renomado sommelier Marcelo Copello. O evento aconteceu no período de 1º a 26 de agosto e inovando em seu conceito e formato, apresentou como novidade a temática 'Vinhos', ou seja, todas as operações participantes precisaram desenvolver pratos que harmonizassem com a bebida. Outra novidade apresentada foi a divisão em duas etapas: votação de júri especializado que escolheu as refeições para disputa da semifinal. E votação popular com três pratos principais e três sobremesas para concorrerem a grande final, no dia 26 de agosto.



MINAS SHOPPING

Acampamento de Férias no Minas Shopping

No final de julho de 2023, durante a última semana das férias escolares, o Minas Shopping transformou-se em um palco de aventuras intergalácticas. Inspirado no filme “Uma Noite no Museu”, que relata uma aventura fantástica do acervo do Museu de História Natural de Nova York, o shopping ganhou vida durante a madrugada, assim como no museu relatado no filme, oferecendo uma experiência única e inesquecível para 30 crianças e suas famílias. Que criança nunca imaginou como deve ser a madrugada dentro de um shopping? Com o tema “Noite de Aventuras Espaciais”, o Minas Shopping proporcionou uma jornada verdadeira jornada nas estrelas, repleta de atividades, brincadeiras e aprendizado, culminando em uma noite de acampamento inesquecível dentro do shopping, em diversas atividades realizadas pela madrugada adentro.



NORTE SHOPPING

Oktober Kids: A 1ª festa alemã voltada especialmente para o público infantil em Blumenau



Em Blumenau, a herança alemã é celebrada anualmente na famosa Oktoberfest, atraindo visitantes globais com suas ricas tradições. No entanto, um público crucial — as crianças — permanecia à margem deste vibrante evento. Reconhecendo esta lacuna, o Norte Shopping inovou com o lançamento da “Oktober Kids”, o 1º evento inteiramente dedicado ao público infantil. Esta celebração pioneira, realizada aos domingos de outubro, não apenas ofereceu um espaço seguro e envolvente para a família, mas também se propôs a reengajar a juventude com sua herança cultural. Com atividades que variam desde danças folclóricas a jogos tradicionais e uma culinária adaptada às crianças, a “Oktober Kids” transformou-se em uma plataforma educativa, fortalecendo laços comunitários e garantindo a perpetuação das tradições locais.



NORTE SUL PLAZA

Show Pet: A maior feira pet do estado de Mato Grosso do Sul



A maior feira do setor Pet de Mato Grosso do Sul agitou a cidade quando anunciou que a 4ª edição da Show Pet Brasil aconteceria no estacionamento do shopping Norte Sul Plaza com mais de 40 estandes expositores de empresas renomadas de Mato Grosso do Sul e do país. O evento foi um grande desafio para a administração do shopping, pois foi o primeiro evento de grande porte na área do estacionamento do empreendimento e o resultado foi surpreendente. Com entrada gratuita durante os três dias de evento, os tutores e seus pets passeavam pelos estandes, conheciam novidades do setor e tinham acesso ao Park Pet, um playground aberto e gratuito para os pets com obstáculos, piscina com água gelada, arranhador para gatos. Diversão garantida para os bichinhos e satisfação para os tutores. O Talk Pet marcou presença com profissionais da área dando dicas de cuidado com os bichinhos. A atração contou também com o encontro de raças, gincanas e desfile pet.

PARQUE SHOPPING BAHIA

Miss Melhor Idade – Empoderando mulheres com 60+



O Miss Melhor Idade, realizado pelo Parque Shopping Bahia, marcou uma nova era de celebração e reconhecimento das mulheres com mais de 60 anos em Lauro de Freitas (BA). Como parte das comemorações do Dia dos Avós, o evento aconteceu em 22 de julho e reuniu 19 candidatas na disputa pelo título de Miss 3ª Idade. Promovido em colaboração com o Movimento de Luta das Pessoas com Deficiência e Idosas de Lauro de Freitas, a Academia de Letras e Artes de Lauro de Freitas e o Núcleo de Apoio a Comunidades (NAC), o concurso representou um marco de inclusão e diversidade na região. A ação contou com o apoio dos lojistas como Renner, Zinzane, Via Paris Espaço de Beleza, Salão Carol Carvalho, Sobrancelha Design e Meu Chapa Restaurante, o que foi fundamental para o sucesso do evento. Além disso, a iniciativa foi pioneira na Bahia, refletindo o compromisso do Parque Shopping Bahia em promover valores de respeito, inclusão e diversidade em todas as idades.



PASSEIO DAS ÁGUAS SHOPPING

Passeio das Águas realiza o maior festival de tecnologia do mundo, A Campus Party

A Campus Party é o maior festival de tecnologia e experiência geek do mundo. Em 18 anos são 80 edições em 30 países com apresentação de estudos científicos de inovação, tecnologia, comunicação e desenvolvimento humano. Para 2023, no Brasil, o evento tem cidades já selecionadas: São Paulo, Brasília, Manaus e Goiânia (continuidade do sucesso das edições anteriores, no Passeio das Águas Shopping). O Passeio das Águas é reconhecido nacionalmente, sendo o maior shopping do Centro-Oeste. Graças a sua relevância e relacionamento junto ao Governo de Goiás e a Secretaria de Estado de Desenvolvimento e Inovação (Sedi) realizou a Campus Party Goiás - 3ª edição presencial nos dias 7 a 11 de junho de 2023.



POWER SHOPPING CENTERMINAS

Centerminas Expo – Centro de convenções



O Centerminas Expo surgiu como uma resposta estratégica e inovadora do Power Shopping Centerminas diante dos desafios enfrentados em um cenário pandêmico e em constante mudança. Em meio às dificuldades de comercialização e incertezas para o segmento de shoppings centers, o Centerminas identificou uma oportunidade única: a criação de um novo centro de convenções na cidade de Belo Horizonte. Através de estudos de mercado e observações sobre as carências da cidade de Belo Horizonte em espaços para eventos, congressos e convenções, o Centerminas Expo foi concebido. Com uma infraestrutura moderna e versátil, o empreendimento oferece espaços moduláveis, serviços de alta qualidade e um compromisso com a sustentabilidade. Desde sua inauguração, o Centerminas Expo tem se destacado como um destino premium para eventos de todos os tipos, contribuindo para impulsionar a economia local e consolidando o Power Shopping Centerminas como um polo de referência no setor de eventos na região.



PRUDENSHOPPING

Pruden Fashion Trends com Arlindo Grund



Em uma noite exclusiva, o Prudenshopping recebeu um seleto grupo de convidados, incluindo influenciadores, clientes de marcas renomadas e lojistas. Sob a orientação do renomado consultor de imagem e moda, Arlindo Grund, e com uma degustação luxuosa de vinhos pela Grand Cru, o evento foi uma celebração de bom gosto e excelência. Mais do que uma simples reunião, foi uma oportunidade de fortalecer laços e criar experiências únicas. A atmosfera foi elegante e acolhedora, unindo pessoas de forma calorosa e inclusiva. O Prudenshopping elevou o padrão de experiência, preenchendo uma lacuna no cenário da moda local. Continuamos sendo o destino preferido para quem busca sofisticação, estilo e experiências memoráveis.

PRUDENSHOPPING

Top Model Pruden – Dia da Mulher

Em comemoração ao Dia da Mulher 2023, o Prudenshopping realizou uma super campanha, onde ofereceu a 25 clientes a oportunidade de terem um dia de top model. Para algumas foi a realização de um sonho, onde puderam vivenciar essa experiência, com o apoio de stylists que escolheram os looks que melhor se adequavam ao estilo e biotipo de cada uma das participantes, bem como, contaram com uma aula de passarela, profissionais que fizeram a produção de cabelo e maquiagem, finalizando o dia com desfile e uma confraternização, com vários mimos e brinde com espumante, tudo isso, com o apoio de um dos cerimonialistas mais famosos da região, Oswaldo Berthy. Foi um Dia da Mulher repleto de experiências positivas.



Com criatividade e estratégia, o Raposo Shopping conseguiu inovar no Dia dos Namorados 2023 transformando uma promoção em uma experiência única (e inusitada!): um casamento completo no shopping! A aposta em uma das datas que não costuma ser alvo de grandes investimentos por parte dos shoppings foi estratégica para se destacar da concorrência local, especialmente junto ao público na faixa de 21 a 40 anos, da área primária de influência. A ação teve a parceria de duas lojas do shopping e empresas locais, com resultados qualitativos e quantitativos para todos: aumento de vendas, participação majoritária do público residente na área primária, geração de negócios para os parceiros e uma economia equivalente a 7,2% da verba anual do fundo de promoção destinada a ações promocionais, o que contribuiu para a viabilidade da ação, considerando, principalmente, o fato de o Raposo Shopping ser um empreendimento individual, que não conta, portanto, com verba institucional de grandes redes.



RIOMAR KENNEDY

Grupo JCPM – Riomar Kennedy – Cosplay Fest:
Palco da Cultura Geek



No dia 24 de setembro de 2023, o RioMar Kennedy sediou a primeira edição do Cosplay Fest para os fãs da cultura geek. Com mais de 2 mil participantes e 51 cosplayers competindo em três categorias, o evento distribuiu R\$ 4.350 em prêmios para 9 vencedores. Realizado em uma área de cerca de 900 m², o Cosplay Fest contou com uma extensa programação de seis horas de atividades com concurso, música ao vivo, quiz interativo, mini estúdio para fotos profissionais e lojas temáticas, aumentando em 25% o fluxo de visitantes do shopping. Com cerca de 80 colaboradores envolvidos e seis meses de preparação, o evento reforça o propósito do RioMar Kennedy em se conectar com a cultura cosplay e criar um senso de comunidade com esse público. Além disso, o empreendimento destaca-se como espaço de convivência e entretenimento para os entusiastas da cultura geek ao realizar diversos eventos para esse público ao longo do ano.





Um evento democrático e marcado pelo engajamento do público e conexão entre artistas de distintas gerações e nacionalidades, com impactos culturais, sociais, educacionais e econômicos, tendo a música como fio condutor. Assim é o RIOMAR JAZZ FEST, que chegou em 2023 à 9ª edição como o mais duradouro dedicado a esse gênero musical em Pernambuco. O evento autoral e gratuito é promovido pelo RioMar Recife, maior shopping do N-NE, consagrado como equipamento de entretenimento e turismo devido aos seus mais de 120 eventos por ano. Ambiente que torna a proposta ainda mais inovadora, atraindo o formato de grandes festivais para um espaço indoor. Com curadoria da Uptown Band, o RIOMAR JAZZ FEST já recebeu mais de 500 artistas. Além de contar com músicos renomados e impulsionar a carreira de novos talentos, o evento ainda cumpre o papel de despertar vocação musical através de workshops com jovens do Instituto JCPM de Compromisso Social. Os shows de jazz atraem cerca de 3 mil pessoas a cada edição.

Há quase uma década o RioMar Recife realiza o Festival RioMar de Literatura, evento que reúne arte e cultura de forma democrática e inclusiva. O projeto autoral tem o propósito de promover o hábito da leitura e o acesso ao legado de autores renomados, por meio de painéis e rodas de diálogo que contam com atrações regionais e nacionais, possibilitando ao público mergulhar no universo da literatura e de suas expressões artísticas. O Festival também possui caráter solidário e socioeducativo, incluindo uma ação de incentivo à doação de livros e oficinas culturais com crianças e jovens de comunidades do entorno do RioMar, realizadas em parceria com o Instituto JCPM de Compromisso Social. A 9ª edição do Festival aconteceu no Teatro RioMar, contando com o cordelista Bráulio Bessa, a escritora Socorro Acioli e o poeta Jessier Quirino. E ainda homenageou o professor Jacques Ribemboim, membro da Academia Pernambucana de Letras. O evento foi prestigiado por mais de 2 mil pessoas.



SALVADOR SHOPPING

Grupo JCPM – Salvador Shopping apaga luzes e desliga som para receber pessoas com TEA

Há exatamente um ano, o Salvador Shopping e suas 500 lojas abrem as portas, em todo último sábado do mês, com todos os equipamentos que emitem som e luz desligados. Tudo isso, para possibilitar um passeio funcional às pessoas com o Transtorno do Espectro Autista (TEA), que têm dificuldade de processar estímulos como sons, luzes, cores, texturas e cheiros. A iniciativa, que ganhou o nome de “Hora Silenciosa”, é inédita no Brasil e surgiu da observação do grande número de crianças com TEA nos eventos que o shopping já realizava. O primeiro passo foi contratar uma consultoria especializada para entender o cenário e as alternativas para receber esse público de maneira confortável. O engajamento de lojistas e colaboradores proporcionou a consolidação desse projeto, que, hoje, além de um ambiente adequado para as pessoas do espectro, é uma referência e um espaço real de lazer e entretenimento para essas famílias.



SÃO GONÇALO SHOPPING

Nosso Sonho realizado: celebrando São Gonçalo com Claudinho & Buchecha.

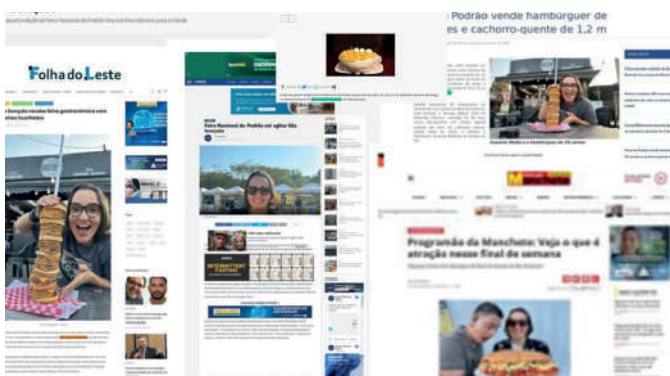


O São Gonçalo Shopping tornou-se o palco de uma celebração única: a pré-estreia do filme “Nosso Sonho: A História de Claudinho & Buchecha”. Fruto de uma parceria entre Manequim Filmes, o shopping e a Cinépolis, o evento transcendeu as expectativas e proporcionou uma forte conexão emocional com o público. O filme retrata a jornada de sucesso de dois ícones do Funk Nacional, que iniciaram suas vidas em São Gonçalo, na comunidade do Salgueiro. A noite foi uma verdadeira homenagem à arte e à cultura local, com a participação da Orquestra Metropolitana de São Gonçalo, enriquecida pela presença do elenco, Buchecha e seus familiares, além dos familiares do saudoso Claudinho, personalidades e a comunidade local. Todos juntos, lado a lado. Os resultados foram extraordinários, com um aumento significativo nas vendas, no fluxo de pessoas e na satisfação dos lojistas. E, para além dos números, reafirmou o compromisso do shopping em despertar na comunidade o orgulho de ser de São Gonçalo.



SÃO GONÇALO SHOPPING

Da rua ao shopping: o sucesso da 1ª Feira do Podrão no São Gonçalo Shopping.



O São Gonçalo Shopping sediou a 1ª Feira Nacional do Podrão, um evento marcante que transformou o local em um autêntico epicentro gastronômico. Com mais de 30 expositores, a feira apresentou uma variedade impressionante de lanches emblemáticos da gastronomia popular carioca que encantaram os visitantes. O evento reuniu expositores cuidadosamente escolhidos a partir de uma curadoria do shopping sobre o melhor da autêntica comida de rua. Pratos icônicos como o hambúrguer de 30 carnes e a coxinha de 2kg chamaram a atenção e despertaram a curiosidade do público. A 1ª Feira Nacional do Podrão foi um sucesso que parou a cidade, gerou resultados impressionantes de fluxo e vendas para o shopping e mais de R\$ 300 mil reais em mídia espontânea. Mais do que um evento gastronômico, foi uma verdadeira celebração da comunidade, um espaço democrático onde as pessoas se reuniram para compartilhar o prazer da boa companhia e da vibrante cultura gastronômica carioca.

SHOPPING ABC

'Cada um com o seu' Shopping ABC sorteia um par de carros em campanha de Dia dos Namorados



Trazendo um mote divertido de que cada casal tem seus momentos individuais, mas que também seja a parceria a dois, o Shopping ABC anunciou a campanha de Dia dos Namorados, em 2023, com a temática 'Cada um com o seu!', premiando um cliente, por meio de sorteio, com dois Jeep Renegade Sport, com a ideia de um veículo ser para o sorteado e o outro, para presentear quem se ama. Na ação 'Comprou, ganhou', a cada 400 reais em compras, o cliente já podia participar, com chances de ganhar em dobro se trocassem os cupons de segunda a quinta-feira, mesmo que as compras tenham sido realizadas em outro dia da semana. Foram mais de 32 mil cupons trocados em uma campanha que ainda fomentou seu mix de lojas e serviços durante o período. Isso aconteceu graças a uma parceria com uma influenciadora, e estrela da campanha, Taily Andrade, conhecida regionalmente, que produziu as famosas 'trends' com o marido, Jhonathan Mendes, tornando a campanha ainda mais engajada e conhecida na região.





SHOPPING ABC

ABC Fashion Carpet celebra a diversidade no desfile
"Moda Real para Pessoas Reais"

No coração do Shopping ABC, em setembro de 2023, ecoou mais uma vez o ABC Fashion Carpet, um evento que transcende os limites da moda tradicional. Sob o lema "Moda Real para Pessoas Reais", essa edição destacou-se por sua ênfase na inclusão e na diversidade, apresentando as tendências da temporada primavera-verão 2024 em uma passarela que acolheu modelos de todos os perfis e idades. Sob a curadoria visionária de Reginaldo Fonseca, o desfile contou com a participação de 30 modelos, incluindo clientes, lojistas e influenciadores, e 50 marcas do mix de lojas do empreendimento, para promover a moda em sua plenitude, desde a moda em família até a representação plus size e de pessoas com deficiência. Um evento que não apenas celebrou a moda, mas também desafiou os presentes a abraçarem uma moda mais inclusiva e democrática para as próximas estações.



SHOPPING ABC

Cidade Cartoon do Shopping ABC estimula criatividade e habilidades das crianças



Mergulhando no universo dos quadrinhos, o Shopping ABC recebeu, para as férias escolares em 2023, uma 'cidade' estilo cartoon, lúdica e educativa com 15 atividades, em dois ambientes, para crianças de 4 a 12 anos. O projeto foi realizado em parceria com o Colégio Singular, rede de ensino com unidades do ABC Paulista, com todo time pedagógico da instituição envolvido no desenvolvimento de cada etapa do circuito. As brincadeiras aconteceram na Praça de Eventos e como destaque estava a enorme Fábrica de Pixels, onde os pequenos montaram seus próprios chaveiros com letras ou desenhos que quisessem. Conectado a esse espaço, o projeto montou outras ações em uma loja, como a criação de tintas virtuais, montagens em um painel de pixels e jogos gigantes. Além de oferecer conforto e diversão, o circuito apostou na inclusão ao disponibilizar acessibilidade nas atividades, que podiam ser realizadas por crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA) como um trabalho extensivo no tratamento.





O Shopping Anália Franco tem um importante papel na região onde está localizado. Um empreendimento desse porte contribui para o desenvolvimento da região, gera empregos, funciona como um hub social, oferece entretenimento, serviços, encontros. E cabe ao shopping aproveitar essa atenção que lhe é dirigida para também levar cultura e informação, sendo mais um canal de aproximação das pessoas com as principais questões do mundo atual. Diante disso, todas as ações e eventos são pensados para transmitir não só oportunidades e lazer, mas também um conteúdo que possa ser enriquecedor para os participantes. No Dia das Crianças de 2023, em parceria com o projeto Pirilampos do Planeta, o Shopping Anália Franco ofereceu aos clientes uma atração especial sobre o tema do lixo plástico, envolvendo exposição, diversão e informação.

SHOPPING BARRA

Semana da dança do Barra: Mais de 30 horas de espetáculos, do balé clássico ao forró



Um dos eventos mais prestigiados pelos clientes do Shopping Barra, há quase uma década, a Semana da Dança tem ganhado cada vez mais destaque no calendário de atrações do empreendimento e nas escolas de dança de Salvador. Para celebrar o Dia Internacional da Dança, 29 de abril, o Barra realizou uma extensa grade de apresentações para toda a família, em parceria com as escolas de dança mais renomadas da capital baiana. Especializadas em estilos variados, que passam pela dança de salão, jazz, ginástica rítmica, street dance, fit dance, entre outras modalidades como o balé clássico, cada escola mostrou ao público do Barra um espetáculo especial. A Semana da Dança do Barra lotou a Praça Central do Shopping, de 13 a 19 de abril, e foi aberta ao público. Mas não parou por aí: para fechar com chave de ouro, ainda tivemos um grande evento de encerramento com apresentações que encantaram a todos e deixaram, como sempre, a expectativa altíssima para o próximo ano.



SHOPPING BARRA

Barralloween”: O Shopping Barra transformou o Halloween em um sucesso de público e vendas

O “Barralloween”, evento infanto-juvenil com identidade própria, que havia se tornado uma tradição no Halloween do Shopping Barra, com personagens caracterizados e clientes vestindo fantasias inspiradas em bruxas, monstros, fantasmas e outros seres mitológicos, ganhou proporções grandiosas e muito mais atrativas em 2023. Graças a um planejamento estratégico e tático detalhado, a equipe de Marketing, em total sinergia com os lojistas, transformou a celebração do Halloween em um evento festivo estendido para três dias, aumentando significativamente a quantidade de participantes e o tempo de permanência do público no equipamento, gerando um extraordinário fluxo de pessoas e resultados de vendas nunca registrados no mesmo período. Performances teatrais de alto nível, apresentações musicais e um “desfile” que percorreu diversas áreas do shopping embalaram a euforia dos clientes. E o único medo deles era perder um desses momentos de diversão.



SHOPPING CENTER IGUATEMI BOSQUE

Corridinha Iguatemi

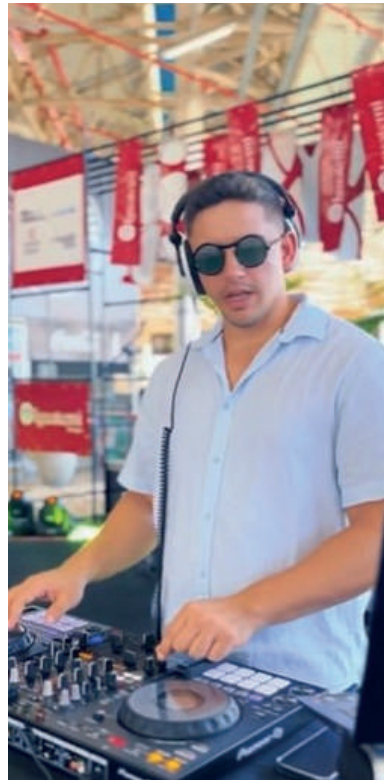


Nesses 42 anos, o Iguatemi Bosque conquistou um lugar muito especial no coração das famílias fortalezenses. Uma conquista tão valiosa que o shopping faz questão de continuar “correndo” para manter essa relação saudável com os seus clientes. A Corridinha Iguatemi acontece há 12 anos, é um evento que já faz parte do calendário infantil da cidade. Criada exclusivamente para as crianças, mas com uma programação especial para toda a família. E, para comemorar a sua 13ª edição, realizamos o evento em um formato inovador temático: Halloween. Aproveitamos a proximidade das duas datas para criar uma experiência única. Dividida em várias categorias, crianças de 4 a 10 anos participavam dos percursos de 50 metros a 150 metros. A corrida virou uma experiência emocionante, cheia de surpresas e de diversão para os pequenos corredores e suas torcidas organizadas.



SHOPPING CENTER IGUATEMI BOSQUE

Namorados Beach Tennis



O Dia dos Namorados é uma das datas comemorativas mais festejadas do calendário anual do varejo. O Iguatemi Bosque, um shopping que já faz parte da vida de muitos casais, resolveu inovar na programação e criou uma forma especial de aproximar, unir e divertir os casais: o primeiro campeonato de Beach Tennis dos Namorados. Uma ação de experiência inédita em todo o país. Um casamento perfeito: juntamos um dos esportes mais praticados na cidade com uma data em que os casais mais gostam de ficar juntos, fazer algo diferente e se divertir. O campeonato aconteceu em dois dias, contou com 400 participantes (200 casais), com jogos simultâneos em 10 quadras indoor, localizadas no próprio shopping, no maior complexo esportivo indoor em shopping center, da América Latina. O clima do evento era de muito amor, competição, descontração e diversão.

SHOPPING CENTER NORTE

Balloon Experience vira referência para shoppings brasileiros e internacionais



O Balloon Experience do Center Norte foi um evento inédito no país, gratuito, e com uma experiência acessível e imersiva, que atraiu pessoas de todas as idades e até de fora da capital. Foram criados incríveis cenários instagramáveis, instalações de 160 m² com mais de 5 mil balões de vinil, que mudavam de cor sob o céu suspenso, e uma piscina com 130 mil bolinhas para o público embarcar em uma viagem divertida e colorida. Ninguém queria ficar de fora da atração inesquecível! A experiência foi vivenciada por mais de 64 mil pessoas, em agosto e setembro, período de baixo fluxo no varejo. A procura foi tanta que as vagas esgotaram duas semanas antes do fim do evento, mesmo abrindo duas horas mais cedo do horário normal aos domingos. Inspirada em uma atração internacional que ganhou visibilidade com uma série de streaming famosa que se passa em Paris, o evento motivou a ida ao shopping de 4 em cada 5 entrevistados, de acordo com uma pesquisa realizada, e virou um benchmark no Brasil e no mundo!



SHOPPING CENTER NORTE

Lar Center: Pro Lar cresce com vendas, participantes e experiências novas

Cada um tem “O Seu Melhor Destino”. E, para realizar esse sonho, a 3ª temporada do PRO LAR, programa de relacionamento exclusivo do Shopping Lar Center, que conecta lojistas, arquitetos e decoradores, ofereceu um universo repleto de cores, formas, músicas, gastronomia, arte, design, arquitetura e muitas viagens. As premiações, com um cardápio de experiências personalizadas, viagens nacionais e internacionais inesquecíveis e benefícios exclusivos, geram networking, inspirações e ganhos de conhecimento profissional, além de fomentar os negócios. O tema da edição está ligado à revitalização do Shopping que busca, além de reunir consagradas opções de arquitetura, decoração e design, oferecer opções gastronômicas e de arte na zona Norte de São Paulo. Os resultados desta temporada são simplesmente sensacionais: o PRO LAR teve mais de 87 milhões de pontos cadastrados e um crescimento de 58% do número de profissionais cadastrados em um ano.



SHOPPING D

Dia da Paternidade | Museu da Presença



“Museu da Presença” do Shopping D, lançado na semana do Dia dos Pais, foi uma iniciativa inovadora, que convidou os visitantes a uma profunda reflexão sobre a paternidade. Diante de uma realidade alarmante, onde em 2023 mais de 172 mil crianças brasileiras foram registradas sem o nome do pai, representando um aumento de 5% em relação ao ano anterior, o museu se destacou por abordar com coragem e sensibilidade o grande problema social dos pais ausentes. Essa estatística reveladora serviu como pano de fundo para uma experiência única e impactante, onde cada história compartilhada e cada interação no museu contribuíram para uma conversa mais ampla e significativa sobre os desafios e responsabilidades da paternidade na sociedade contemporânea.

EXECUÇÃO DO PROJETO

O “Museu da Presença” destacou-se por sua abordagem interativa e imersiva ao confrontar o aumento de crianças registradas sem o nome do pai, um fenômeno intensificado durante a pandemia. O projeto não se limitou a ser uma exposição, mas evoluiu para um movimento social que incentivou uma reflexão sobre a paternidade responsável.

A curadoria do museu foi cuidadosamente planejada, utilizando gráficos, infográficos e projeções audiovisuais para apresentar os dados de forma clara e compreensível. Além disso, espaços para expressão pessoal e murais interativos permitiram que os visitantes compartilhassem suas histórias e reflexões, reforçando a sensação de comunidade e apoio mútuo.

Shopping D



EXECUÇÃO DO PROJETO

O projeto também se destacou pela integração com iniciativas sociais e parcerias com organizações civis, instituições educacionais e órgãos governamentais, contribuindo não apenas para o debate, mas também para a formulação de políticas públicas eficazes. Elementos interativos, como realidade virtual e jogos educativos, garantiram que o museu fosse acessível e relevante para um público diversificado, estimulando o diálogo e a participação ativa.

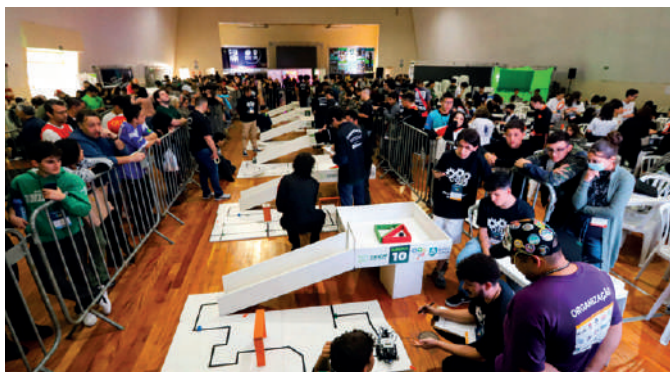
Em suma, o “Museu da Presença” combinou dados significativos, interatividade e parcerias estratégicas para catalisar uma mudança social, enfatizando a importância da paternidade responsável e presente na sociedade.

Shopping D



SHOPPING JARDIM ORIENTE

Tech Challenge – Torneio de Robótica no Shopping Jardim Oriente



Os recursos tecnológicos são elementos cada vez mais essenciais na vida e rotina das pessoas. Do aumento da produtividade na indústria à medicina, do varejo a facilidades cotidianas das famílias, a robótica, não à toa, tem sido ponto focal importante no desenvolvimento de soluções de mercado e, no Brasil, o tema ganha cada vez mais visibilidade e tempo de diálogo e estudo nas mesas de negócios. Concomitante, é perceptível uma nova geração de consumo e que, em breve estará ativa no mercado de trabalho, com alta adaptação à tecnologia e inovação, com grande potencialidade de exploração dessas habilidades. Em parceria com o Instituto Alpha Lumen, referência em práticas de educação e desenvolvimento de múltiplas inteligências, ocorreu no Shopping Jardim Oriente o evento “Tech Challenge” que reuniu competições simultâneas de robótica para tornar o mundo tecnológico mais acessível a estudantes da rede pública do Vale do Paraíba e estimulá-los nas áreas das Ciências Exatas Engenharia.

SHOPPING MESTRE ÁLVARO

Mestre da Comédia: O festival que transformou uma área ociosa em palco de sucesso



Em um cenário de forte concorrência e limitações de visibilidade, o Shopping Mestre Álvaro encontrou no humor uma estratégia poderosa para se destacar e atrair o público. Nasceu assim o Mestre da Comédia, um festival inédito de Stand Up Comedy no Espírito Santo. Realizado em duas edições em 2023, o evento transformou uma área ociosa do shopping em palco para talentos regionais e grandes nomes do humor nacional. Com lotação máxima, mídia espontânea milionária e expressivo engajamento nas redes sociais, o Mestre da Comédia conquistou o público, impulsionou o fluxo de pessoas e veículos, aqueceu vendas e fortaleceu o posicionamento do Shopping Mestre Álvaro como referência em entretenimento. Uma prova de que a comédia tem o poder de unir, encantar e transformar realidades.



SHOPPING MUELLER CURITIBA

Aqua Boat, uma atração com memória afetiva

No ano em que o Shopping Mueller completou quatro décadas, os eventos e as promoções realizadas exaltaram sua história e sua relação com a cidade. Como primeiro e mais tradicional shopping de Curitiba, o Mueller sempre despertou memórias emocionantes no público, sendo uma das mais queridas um playcenter que ficava localizado no seu subsolo. Para resgatar e homenagear esta nostalgia, na Campanha de Férias de Julho o shopping apostou em recriar um de seus brinquedos mais famosos em Curitiba: o Aqua Boat. Por se tratar de um brinquedo com água e pela falta de registros da década de 90, o projeto foi incrivelmente desafiador, envolvendo grande estudo de infraestrutura e participação ativa dos clientes em seu desenvolvimento. Mas e o resultado? Este também vai ficar marcado para sempre na memória dos curitibanos e na história da cidade.



SHOPPING MUELLER CURITIBA

Mães Mueller – Mulheres de Ouro

A Campanha de Dia das Mães do Shopping Mueller de 2023 celebrou o feminino e a maternidade em tons de ouro. Inspirado nas obras do artista plástico austríaco, Gustav Klimt, o projeto idealizado pelo shopping encantou os clientes, destacando a força e a delicadeza das mulheres. Durante a campanha, o Mueller promoveu de forma inédita a Exposição Mulheres de Ouro – idealizada e realizada pela equipe de marketing do shopping, apresentando ao público a arte de Klimt e a sua forma de representação das mulheres. A mostra reproduziu uma galeria de arte dentro do mall para apresentar réplicas em tamanho real das obras e uma animação imersiva inspirada no artista. E nada mais digno de uma mãe do que um presente exclusivo e tão reluzente quanto ela, então, o shopping ofereceu um mimo criado especialmente para a campanha: um colar folheado a ouro, com um pingente da Árvore da Vida - elemento presente em uma das obras do pintor e que simboliza a família.



SHOPPING PALLADIUM CURITIBA

Palladium 15 anos – Colecionáveis “Fidelizando consumidores durante o ano todo”



O case “Palladium 15 anos – Colecionáveis” colecionou diversos resultados impressionantes: engajamento, número de vendas e aumento de ticket médio, entre outros. Mas nenhum deles foi maior do que o convite feito a toda a população da cidade e aos clientes do shopping de colecionar e celebrar os momentos mais especiais das suas vidas. Tudo com o reforço de comunicação. Há 15 anos, o Palladium fez e faz parte da história de cada um dos seus clientes. Mais do que colecionar objetos, convidamos os frequentadores do shopping a colecionar memórias. E como fizemos isso? Inovando no formato promocional dentro do segmento de shopping centers, presentes colecionáveis foram disponibilizados ao longo do ano, durante as principais datas comemorativas (Dia das Mães, Namorados, Férias, Pais e Natal). O ato de colecionar teve um papel crucial no engajamento dos consumidores e na construção de uma relação duradoura e significativa com a marca durante todo ano de 2023.

SHOPPING PRAÇA DA MOÇA

Escola de Heróis, simplificando o ESG para as crianças



Pensando em uma atração infantil para o Dia das Crianças e que pudessem oferecer mais do que apenas as atividades, o Shopping Praça da Moça elaborou um evento que, além das crianças testarem suas habilidades e conhecimento, fosse contemplado no projeto conceitos ESG através de personagens super-heróis. Trouxeram, então, ao empreendimento a Escola de Heróis! Cada personagem desenvolvido foi pensado para explicar de forma lúdica às crianças alguns conceitos importantes dentro da nossa sociedade, foram eles: Acquarios, Lad Fauna, Reciclope, Capitão Coração e a Mulher Amazônica que comandaram a ação. O evento contou com diversas atividades, contribuindo com o interesse e participação das crianças durante toda a ação.





SHOPPING PRAÇA DA MOÇA

Shopping Center, a cidade do futebol

Se o Brasil é o país do futebol, o shopping podemos dizer que é a cidade do futebol. Em 2022, ano em que a Copa do Mundo aconteceu no Catar e excepcionalmente no período de final de ano, o Shopping Praça da Moça resolveu realizar uma ação de futebol, buscando chamar atenção para o tema. Trouxeram um evento de encontro entre ex-atletas, narradores e personalidades da mídia para bate-papo sobre futebol, com alguns temas escolhidos previamente. Montaram um palco na praça de alimentação e durante um mês, personalidades do mundo futebolístico estiveram presentes no mall para discutir os temas, interagindo com clientes presentes no empreendimento. Além dos encontros, disponibilizaram uma loja para uma exposição de camisetas históricas de seleções clássicas das Copas e de bolas de anos anteriores utilizadas nos mundiais.



SHOPPING PRAIA DA COSTA

Diversão na Praça: Criando vínculos e eternizando momentos



O projeto “Diversão na Praça: Criando Vínculos e Eternizando Momentos” é uma iniciativa contínua e bem-sucedida realizada no Shopping Praia da Costa desde abril de 2017. Com atividades de recreação infantil e entretenimento gratuito todos os finais de semana do ano, das 17h às 20h, na praça central do shopping, o projeto se tornou um ponto de encontro para famílias da região. Completando sete anos em janeiro de 2024, o projeto já proporcionou 380 finais de semana de lazer e diversão, demonstrando sua relevância e aceitação pelo público local. Oferecendo um ambiente seguro e familiar, com divulgação regular nas redes sociais e uma variedade de atividades atrativas, o projeto se destaca por seu compromisso em proporcionar experiências memoráveis e fortalecer os vínculos com a comunidade. Além disso, seu impacto positivo se estende às lojas do shopping, impulsionando o fluxo de clientes e promovendo uma relação de fidelidade entre o empreendimento, os clientes e os lojistas.



SHOPPING SP MARKET

SP Run: A maior corrida indoor do Brasil é no SP Market



A SP RUN do SP Market é hoje referência no calendário de corridas da cidade. Desde a edição de 2022 que marcou o retorno das corridas de rua, a cada corrida existe recorde de público. Na edição de 2024 foram 4 mil vagas disponíveis que tiveram suas inscrições esgotadas dias antes do evento. A arena reuniu mais de 6 mil pessoas em uma manhã animada de incentivo à saúde e ao bem-estar. Com opções de 4 e 8 quilômetros de corrida ou 4 quilômetros de caminhada, a SP Run do SP Market foi a primeira corrida do empreendimento, lançada em 2012. De acordo com dados do site da Federação Paulista de Atletismo, é a maior corrida indoor do país, ou seja, o maior evento de corrida realizado dentro de uma dependência física particular. Pioneiro na manutenção de uma agenda anual de atividades esportivas, a cada ano o SP Market se fortalece como um centro de convivência e importante polo de entretenimento com atividades que contemplam os mais diversos públicos, frequentadores ou não do empreendimento.

SHOPPING SP MARKET

Concurso inédito “Cabelo Maluco” para adultos: Show de inclusão e diversão no SP Market

O SP Market entrou na trend do “Cabelo Maluco” e promoveu uma versão inédita para adultos durante o Carnaval 2024”. A brincadeira, que tinha objetivo de divertir famílias, ganhou uma proporção inesperada: foram mais de 200 participantes inscritos. Eles soltaram a imaginação e criatividade com produções pra lá de originais e garantiram boas risadas de crianças e adultos. Ao todo, foram três ganhadores por dia, sendo doze no total. O grande destaque ficou para uma das vencedoras do concurso: Claudete Agostinho, professora de ballet infantil. Em 2022, ela descobriu um câncer de mama e, durante a quimioterapia, costumava ir ao SP Market para almoçar, devido à proximidade com a clínica. Desde então se tornou frequentadora assídua do shopping. De acordo com ela, o concurso transformou toda a triste nostalgia em memórias felizes e divertidas. No Carnaval 2024, o SP Market ofereceu uma programação gratuita e diversificada, com o intuito de proporcionar momentos de diversão para toda a família.



SHOPPING SP MARKET

Exposição de estilistas brasileiros no Shopping SP Market celebra os 60 anos da Mônica

O Shopping SP Market fez parte do calendário oficial de celebração dos 60 anos da Mônica com a exposição inédita e gratuita “Coleção Sansão - Estilistas Brasileiros”, em parceria com a Mauricio de Sousa Produções. A ação, que atraiu os olhares de todas as gerações, contou com 40 estilistas brasileiros convidados para customizar o icônico coelho azul da personagem, oferecendo uma diversidade de estilos e uma oportunidade única de expressão artística. A mostra encantou visitantes ao transformar o personagem em obras de arte, homenageando seu impacto cultural e promovendo a criatividade e diversidade nacional. No coquetel de inauguração Mônica e seu pai, Mauricio de Sousa, foram os anfitriões ao recepcionar imprensa e convidados. Após a itinerância da exposição em todo o Brasil, todas as obras foram direcionadas à Unicef para Leilão Beneficente que terá todo o valor arrecadado revertido para instituições de caridade.



SHOPPING WEST PLAZA

Campanha Mães e Namorados 2023 – “É mais que um show”

— um lugar para novas histórias —

o seu novo
West Plaza

A campanha de Mães e Namorados 2023 do Shopping West Plaza, “É mais que um show”, teve como objetivo promover experiências inesquecíveis, criando memórias únicas para o cliente, conforme o novo posicionamento do empreendimento. Assim como ressaltar a tradição de shopping no setor e estreitar relações com seu maior vizinho, o Allianz Parque. Conheceram o Parque Mirante, o Rooftop, recém-inaugurado na época e um dos espaços mais cobiçados do estádio. Com campanha e local definidos, fecharam a negociação com a empresa Bônus Track Entretenimento e 30e.Live, responsável pela criação e produção da turnê “Titãs Encontro”, aliando a marca do West Plaza à de uma das maiores e mais tradicionais bandas de pop rock nacional: o Titãs. O West Plaza sorteou 25 pares de ingressos semanais, incluindo uma experiência exclusiva em área VIP, com open bar & food, acesso à Pista Premium, voucher do estacionamento no Allianz, kit com brindes do West Plaza e uma bolsa exclusiva da Turnê Encontro.





Celebrada em 22 de outubro de 2023, a 4ª Corrida do ViaShopping é um encontro de saúde e estreitamento de laços da comunidade, no bairro Barreiro. Este evento anual esportivo tem sua concentração na entrada principal do ViaShopping, unindo atletas profissionais, famílias e entusiastas do estilo de vida ativo, em provas de 10km, 5km, uma caminhada de 2.700m e corridas Kids. Endossado pela Federação Mineira de Atletismo e em total alinhamento com as normas esportivas, o evento é mais que uma corrida: é um espetáculo compartilhado, amplificado por animadas atrações. Todo esse entusiasmo é reforçado por patrocinadores de renome como Popeyes e Supermercados BH. A 4ª Corrida do ViaShopping não apenas fomenta um estilo de vida saudável, mas também tece fortes laços com a comunidade. Com seu foco em saúde, diversão e inclusão, este evento é uma demonstração surpreendente do poder do esporte em unir pessoas e criar memórias inesquecíveis.

APARECIDA SHOPPING

Projeto Uniformaturas



ATÉ
30 MIL M²
DE ABL

O projeto Uniformaturas é uma parceria entre a Unifan e o Aparecida Shopping na cidade de Aparecida de Goiânia, com o objetivo de oferecer formaturas gratuitas e memoráveis para alunos do 3º ano do ensino médio das escolas estaduais locais. Buscando promover a inclusão social e celebrar as conquistas acadêmicas, o projeto garante que nenhum estudante seja impedido de participar da formatura por questões financeiras. Cada detalhe do evento é planejado com cuidado, visando proporcionar uma experiência digna e inesquecível para todos os participantes. Além de celebrar o sucesso educacional dos alunos, o Uniformaturas fortalece os laços comunitários e inspira outros a se unirem em prol de causas nobres. Em Aparecida de Goiânia, o projeto se torna um símbolo de esperança, igualdade e oportunidade, iluminando o caminho para um futuro mais justo e promissor.



Aproveitando o ‘boom’ do live-action da Barbie, o Brasil Park Shopping surfou no universo pink e preparou uma exposição incrível inspirada nos clássicos do cinema. A oportunidade surgiu em uma parceria com Richard Pessato, cliente, Anapolino e um dos maiores colecionadores de bonecas Barbie da América Latina. Richard já havia aparecido nas mídias e era bem ativo nas redes sociais, mas nunca havia mostrado sua coleção para o público dessa forma. Durante o mês de julho, clássicos como “Barbie e o Quebra-Nozes”, “Rapunzel”, “Lago dos Cisnes”, “Fairytopia”, além de castelos, carruagens e playsets, encantaram crianças e adultos que passaram pelo shopping. A exposição contou com mais de 250 bonecas e era aberta ao público. Para o lançamento da grande Exposição da Barbie, tivemos um desfile no mall, com uma coleção inteira desenhada pelo próprio colecionador e inspirada nos filmes da boneca mais amada do mundo! O desfile foi aberto ao público e contou com DJ’s, influenciadores e imprensa.



BRASÍLIA SHOPPING

Maluquinho por Robótica



Um evento para aprender brincando, estimulando a concentração, autonomia, coordenação motora, empatia e a colaboração. A proposta da ação de férias do Brasília Shopping, tradicionalmente realizador de eventos com perfis mais construtivistas e diferenciados, era apresentar de forma lúdica e prática conceitos de robótica aplicados no dia a dia. O personagem central dessa atividade tão especial não podia ser ninguém menos do que o Menino Maluquinho, ícone de muitas gerações, o personagem criado por Ziraldo traduz a essência espontânea e questionadora dos pequenos. Em julho de 2023, o shopping recebeu o evento Maluquinho por Robótica, uma estrutura montada de forma divertida onde as crianças eram instigadas pela imaginação e atenção a participarem dos circuitos de atividades que aguçavam o desenvolvimento das habilidades cognitivas e senso de equipe.



BUTANTÃ SHOPPING

Butantã K-Fest 2023



O Butantã K-Fest é pioneiro em levar a tradicional feira coreana da região central de São Paulo para um ambiente de shopping center. Em formato inédito, o evento contou com o apoio do Consulado Geral da República da Coreia, do festival de comida coreana K-Food, do Comitê de Desenvolvimento do Bom Retiro (K-Town), do Mercado Otugui e da AT Center, a corporação coreana de agro-pesca e comércio alimentícios. Durante todo o mês de setembro de 2023, mais 22 mil pessoas visitaram o evento, que contou com a presença do cônsul coreano. O engajamento nas redes sociais bateu recorde de engajamento e alcance com vídeos de grupos de K-pop divulgando o evento já no fim de agosto de 2023. A mídia espontânea contou com matérias como Veja São Paulo, Uol e até mesmo link ao vivo da Rede TV. O sucesso foi tanto que já está prevista a segunda edição para setembro de 2024.

CANTAREIRA NORTE SHOPPING

Mais que uma comemoração, uma experiência memorável no Festival de Aniversário Cantareira



O Festival de Aniversário do Cantareira Norte Shopping foi uma celebração inovadora que marcou os sete anos do empreendimento, transformando parte do estacionamento em um vibrante espaço de entretenimento e gastronomia. Com uma programação que incluiu diversos shows gratuitos de bandas covers e mais de 20 opções de alimentação, o evento destacou-se por sua originalidade e execução impecável, atingindo diretamente o público familiar. A inclusão de uma área kids complementou a experiência, garantindo diversão para todas as idades. Este projeto não apenas reforçou o posicionamento do shopping como referência em entretenimento na zona Norte, mas também demonstrou um alto potencial de continuidade e alcance, impactando positivamente na imagem do empreendimento e nos resultados, superando as expectativas, com um grande sucesso de público e vendas.



CARIRI SHOPPING CENTER

Festival de Quadrilha Meu Cariri: Nossas belezas, cultura e tradições

Localizado em Juazeiro do Norte, uma das cidades do Nordeste onde o São João é mais que uma festa, é a expressão da cultura, da arte e até mesmo da fé de um povo que se orgulha de suas raízes, o Cariri Shopping consciente do seu papel transformador na promoção social, vem ajudando grupos dos 45 municípios que compõem a macrorregião do Cariri a manter viva essa manifestação cultural através do Festival de Quadrilhas que, além de ter uma das melhores premiações do Ceará (R\$10 mil), ainda faz parte do circuito estadual de quadrilhas e vale pontuação para o Concurso Cearense. O evento, que já faz parte da grade de festividades juninas na região, em 2023 contou com um elemento muito especial, a assinatura do artesão Espedito Seleiro, que representa não só a cultural, mas a criatividade do povo Cearense. Ele foi reconhecido como mestre da cultura, pelo Governo do Estado do Ceará e pelo Ministério da Cultura. Um verdadeiro festival de alegria, cores, danças e criatividade.

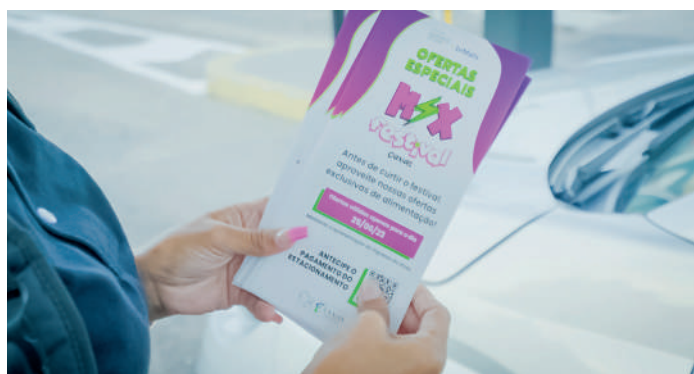


CAXIAS SHOPPING

Mix Festival: Impacto de um grande evento através das ativações de Marketing



No dia 25 de junho de 2023, o Caxias Shopping realizou o Mix Festival, o 1º Festival de Música do município de Duque de Caxias, no estacionamento do Caxias Shopping. A programação contou com grandes nomes do cenário do pagode e trap como: Belo, Vitinho, Filipe Ret, MC Cabelinho e MC Bin. Com o objetivo de aproveitar o grande fluxo esperado para o Festival e gerar conteúdo para as redes sociais, a equipe de Marketing abraçou a causa e desenvolveu ações especiais como: vitrine física temática com sugestões de looks, envio de press kit para influenciadores locais, panfletagem no dia do show com ofertas das operações de alimentação nas cancelas e entrada do evento, além de produzir um ponto de vendas oficial de ingressos no shopping para gerar fluxo também nos dias que antecederam o Mix. Ao todo, foram vendidos 6 mil ingressos. Tanto o evento quanto as ativações repercutiram positivamente para clientes e lojistas.





Quem nunca teve a curiosidade de saber como seria passar uma noite no shopping? Para 22 crianças, esse desejo se tornou realidade. Em comemoração à Páscoa, o Farol Shopping criou a Noite do Pijama 2023, um evento onde a criançada pôde aproveitar a madrugada inteira com brincadeiras e atividades juntos de muita doçura, incluindo a caça aos ovos, uma dinâmica tradicional de Páscoa. Em parceria com as lojas Puket, Cacau Show e Estação do Doce, o evento iniciou no dia 22 de março, com a chegada das crianças às 21h30, e se encerrou no sábado, dia 23, às 8h. Nessa data o Farol ofereceu uma noite mágica, contribuindo para a construção de memórias nos pequeninos e proporcionando uma madrugada repleta de alegria e interação entre as crianças.

ILHA PLAZA SHOPPING

Uma noite de luau no Ilha Plaza Shopping



Um luau no Shopping? Sim, foi o que o Ilha Plaza proporcionou para os casais apaixonados no Dia dos Namorados. Através de decoração temática, atração musical, integração com a gastronomia do empreendimento e vista para o famoso pôr do sol da Ilha do Governador, o evento trouxe uma experiência inédita para o público. Fugindo das tradicionais ações de Shoppings em geral, o LUAU, realizado no “Terraço Ilha”, foi um projeto cuja experiência do consumidor e a alavancagem de performance do segmento de alimentação foi o centro das decisões para impulsionamento desta data tão importante do varejo. A ação transformou o Ilha Plaza em destino de vários casais, proporcionando um ótimo ambiente de comemoração.



JURERÊ OPEN SHOPPING

Jurerê Open – O coração pulsante de Jurerê IN_

Jurerê Internacional é um destino que pulsa energia. Tem um magnetismo que atrai, no mundo todo, pessoas que vibram na mesma frequência. Por quem vem de fora e para quem vive ao redor, criaram o Jurerê Open – o primeiro shopping a céu aberto de Santa Catarina. Há 30 anos, o street mall é o palco vivo para quem tem fome de viver. Respiram arte, música, cultura e são apaixonados por reunir pessoas. Enquanto tudo está em movimento, os caminhos entre o ser e o estar se conectam. Por isso, o Jurerê Open está aberto para ser, aberto para estar e sempre aberto para quem quiser. Sendo assim, são o próprio evento. Um evento com muitos acontecimentos, sabores, estilos e entretenimento. Para todo mundo. Durante o ano todo.



LIMEIRA SHOPPING

Pequenos Incríveis



O Pequenos Incríveis é uma atração ao ar livre, como nas brincadeiras de antigamente, cujo objetivo é incentivar a atividade física entre as crianças. O evento integra as ações que consolidam o Limeira Shopping como referência em bem-estar às famílias. Trata-se de uma corrida de obstáculos, que une aventura e atividade física, além de permitir que as crianças brinquem junto com os pais e demais familiares. O evento é realizado em duas manhãs do mesmo final de semana, reunindo famílias de todos os tipos. As famílias inscrevem as crianças, que são distribuídas por faixa etária em grupos. Os obstáculos são montados no estacionamento do Limeira Shopping. Pais participam como apoio e motivação. As crianças são acompanhadas por monitores e todas recebem medalhas, mesmo que não completem a prova. O evento também tem caráter social, com arrecadação de alimentos em prol de entidade assistencial local.



MAIS SHOPPING

O esporte como transformação social: Mais Shopping recebe 1º torneio inédito de boxe



Inédito em shopping center, o Mais Shopping sediou o torneio Latino-Americano de Boxe, que recebeu o lutador Popó como grande estrela do evento. Em agosto de 2023, o empreendimento trouxe esse esporte como uma ferramenta de transformação social na vida de crianças e jovens, mostrando também como a modalidade está atrelada ao respeito e à disciplina. Promovendo a popularização do boxe, o público pôde assistir a pesagem e as lutas em uma grande arena na Praça de Eventos. O ringue recebeu atletas vindos da periferia, de sete categorias, que mostraram suas diferentes técnicas, inclusive nos combates femininos. A ação fortaleceu o cunho social, recebendo doação de alimentos daqueles que quisessem assistir. A arrecadação chegou a 1 tonelada, direcionados à ONG Turma do Campana City, que realiza projeto de boxe em comunidades. Os alunos da ONG assistiram as lutas e ainda conheceram o grande nome do esporte, Popó, que entregou o cinturão nas mãos de Patrick Teixeira, vencedor da luta principal.

MARÍLIA SHOPPING

Presença inédita do Helicóptero Koala da PRF é destaque na Semana Nacional do Trânsito



Durante a Semana Nacional do Trânsito, o Marília Shopping sediou uma série de atividades educativas promovidas pela Polícia Rodoviária Federal. Além de exposições de viaturas e simuladores, foram oferecidas orientações sobre legislação de trânsito, uso de equipamentos obrigatórios e etilômetro. Os visitantes também tiveram acesso a serviços de saúde, como aferição de pressão arterial, e participaram de atividades lúdicas, incluindo a “Cidade Mirim de Trânsito”, destinada a educar crianças sobre segurança viária de forma divertida. O ponto alto do evento foi a exposição do Helicóptero Koala da PRF, que de forma inédita foi autorizado a ficar em um shopping para que seus visitantes pudessem conhecer e fazer fotos dentro da aeronave. Esta iniciativa conjunta envolveu o Marília Shopping, a Concessionária Triunfo-Transbrasiliana, o SEST-SENAT, a EMDURB e o SINPRF/SP, consolidando esforços para promover uma convivência mais segura e responsável nas estradas e ruas do país.



MARÍLIA SHOPPING

Barbie em Libras celebra a inclusão e a diversidade no Marília Shopping

A icônica Barbie, ganhou vida nas telonas com um aguardado live-action. E, para celebrar essa representação do empoderamento feminino e da inclusão, o Marília Shopping promoveu um encontro para fãs de todas as idades. Para participar do encontro, realizado em julho de 2023, bastava vestir pelo menos uma peça rosa, a cor emblemática da Barbie. A programação incluiu um desfile e sorteios de brindes. O destaque foi a presença de uma personagem caracterizada como Barbie, interagindo com os visitantes e posando para fotos. Com foco na inclusão, a personagem se comunicou através da Língua Brasileira de Sinais (Libras), tornando a experiência acessível a todos os públicos. Esse diferencial oferecido pelo Marília Shopping, gerou um impacto positivo nas redes sociais do empreendimento sendo amplamente divulgado e elogiado, reforçando assim seu compromisso em promover ações que destacam a importância da representatividade.



NATAL SHOPPING CENTER

Naty nas Escolas: Reforço de marca através do impacto positivo



Quando falamos em marca, diferencial competitivo e construção de conexão com o consumidor, nada tem apresentado tanto retorno quanto as ações relacionadas ao social e sustentável. Foi-se o tempo em que construir marca era focado apenas em ativações com foco no comercial ou apenas com foco no consumidor no mall. Hoje, somos desafiados a pensar em ações que construam valor de marca para além das paredes do shopping. A reputação empresarial ocupa lugar de destaque na estratégia e oferece um retorno além do que é tangível para as marcas de Shopping. É nesse contexto que nasceu o projeto Naty nas escolas, um projeto que busca reforço de marca através do impacto positivo e leva como protagonista a maior mascote de shopping do Brasil, firmando o atributo de marca consciente ao Natal Shopping.





Existem pilares culturais que evidenciam a identidade e história de uma comunidade. Pode-se dizer que a GRES Unidos da Porto da Pedra cumpre esse papel na cidade de São Gonçalo. Ela se destaca pelo espírito comunitário, garra e determinação em seus desfiles. A parceria entre o Shopping Pátio Alcântara e a escola de samba contribui para o desenvolvimento social e a promoção da autoestima do cidadão gonçalense. Evento de inauguração de uma loja colaborativa, produzida pela Porto da Pedra, com venda de produtos oficiais; feijoada com samba, celebridade e resultados que batem a marca de 300% de crescimento de vendas; sorteio de fantasias para o desfile naquela que acabou se tornando a vencedora da série ouro de 2023. Parece uma jogada de mestre, mas é só o Shopping Pátio Alcântara cumprindo sua missão: valorizar a cultura local e promover bons encontros na sua região.

São Gonçalo é uma cidade com quase 1 milhão de habitantes e apesar disso, grande parte dos gonçalenses vive em situação de vulnerabilidade social, com renda per capita inferior à média nacional. Essa realidade limita o acesso a bens e serviços culturais, como ingressos para shows, exposições e peças teatrais, cursos e oficinas, entre outros. Pensando nisso, o Shopping Pátio Alcântara assumiu como um de seus principais objetivos ser parceiro da comunidade, valorizar a cultura local e promover oportunidades de acesso. Este case foca em dois exemplos de ações culturais: A Exposição “Vem sentir Van Gogh”, onde artistas locais homenagearam o pintor pós-impressionista Holandês e o apoio ao filme “Nosso Sonho” que conta um pouco sobre a vida da dupla de funk melody gonçalense Claudinho e Buchecha. Destacamos estes dois projetos pois mostram o quanto o shopping valoriza, reconhece, preserva e promove tradições, costumes, expressões artísticas e patrimônios culturais da comunidade de São Gonçalo.



O Pontal Shopping, em parceria com a Fundação Iberê, lançou em outubro de 2023 uma parceria inédita com o Museu Iberê, instituição que é destaque nacional na arte e cultura e cujo projeto arquitetônico já venceu o Troféu Leão de Ouro na Bienal de Arquitetura de Veneza, para celebrar o Dia das Crianças, integrando arte, cultura e entretenimento em um único evento. As atividades incluíram oficinas de arte, leituras interativas e exposições artísticas em um projeto que visou não apenas entreter, mas também educar e inspirar o público infantil de forma gratuita. Essa iniciativa promoveu um espaço inclusivo e de aproximação com as expressões artísticas, onde crianças tinham a oportunidade de explorar sua criatividade e se conectar em uma experiência cultural e educacional enquanto conheciam a obra de um dos principais artistas gaúchos.



RECREIO SHOPPING CENTER

Música no Mundo Azul



O projeto “Música no Mundo Azul” do Recreio Shopping é uma iniciativa criativa e inclusiva realizada em celebração ao Dia Mundial de Conscientização sobre o Autismo. Em 2023, em parceria com o projeto Sonori, ofereceu oficinas musicais com instrumentos reutilizados, promovendo diversão e conscientização na praça de Barra Bonita, sub-bairro do Recreio dos Bandeirantes, no Rio de Janeiro (RJ). Em 2024, expandiu suas atividades com oficina de ritmo e o espetáculo de rua “Fábrica de Nuvem”, abordando a importância das chuvas para o meio ambiente, trazendo elementos da fauna e do folclore brasileiro. Com lounges de piquenique, distribuição de alimentos e bebidas e práticas sensoriais, o projeto reforçou seu compromisso do empreendimento de proporcionar experiências educativas e inclusivas. Destacando-se pela inovação e impacto positivo na comunidade, o projeto articula valores sociais, inclusivos e sustentáveis, promovendo momentos de diversão e aprendizado para todas as crianças.



SHOPPING CENTER COSTA DOURADA

Celebrando as tradições juninas de Pernambuco: O sucesso do Arraiá do Costa



O ARRAIÁ DO COSTA, promovido pelo Shopping Costa Dourada, foi uma celebração autêntica das tradições juninas de Pernambuco, realizado de 2 a 25 de junho de 2023. Com uma programação diversificada, que incluiu brincadeiras tradicionais, apresentações de escolas locais, desfile da rainha do milho e shows de forró com artistas renomados da cidade, expressões culturais como quadrilhas juninas, o evento encantou todos os visitantes. Além disso, uma campanha promocional exclusiva fortaleceu os laços com os clientes, em total sinergia com a nossa atração principal: Geraldinho Lins. O ARRAIÁ DO COSTA não apenas celebrou as tradições juninas, mas também reforçou a identidade cultural do shopping e promoveu um ambiente de alegria e acolhimento para a comunidade local.

SHOPPING CENTER VILA OLÍMPIA

SVO Secreto 2023

 **ShoppingVilaOlímpia**
Multiplan

O SVO SECRETO foi um novo formato de entretenimento criado especialmente para os clientes do Shopping Vila Olímpia. O conceito do projeto era de revelar a cada semana um artista convidado e promover uma experiência inovadora ao público adulto ou infantil, com música e atrações culturais gratuitas. Um dos artistas seria o convidado da noite, que convidaria um nome secreto para participar da apresentação. Os eventos promoviam a oportunidade ideal de unir happy hour e diversão. O projeto aconteceu de março a outubro de 2023, com shows que reuniram mais de 80 artistas que recebeu um público de mais de 7000 pessoas. A curadoria artística do projeto esteve a cargo de Ricardo Nhãm e Juliano Rocha.



O Shopping Cidade São Paulo deixou de lado as tradicionais campanhas promocionais de Compre e Ganhe e sorteios no Dia dos Namorados em 2023 e investiu em um evento exclusivo e inédito para celebrar a data mais romântica do ano: o Balão do Amor. Com o objetivo de gerar buzz, ampliar a visibilidade da marca e alavancar o fluxo de público, o empreendimento fortaleceu seu posicionamento de endereço de experiências únicas com um balão cenográfico que subia 10 metros, proporcionando uma vista panorâmica da Avenida Paulista e o coração de São Paulo. Gratuito, o evento garantiu memórias inesquecíveis para os casais, marcou presença também no coração do público e registrou crescimento de clientes e de vendas em relação ao mesmo período de 2022.

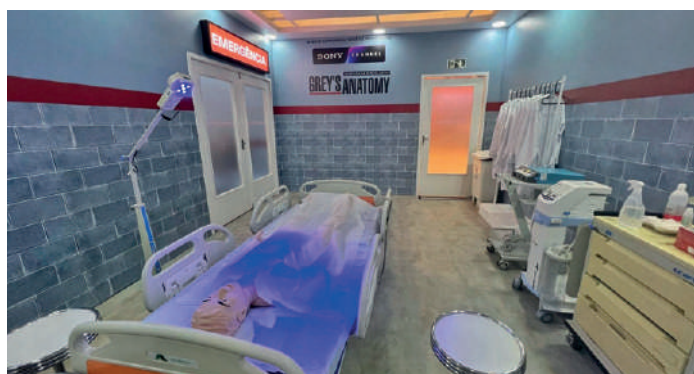


SHOPPING CIDADE SÃO PAULO

Experiência Grey's Anatomy: Hoje é um belo dia para salvar vidas

SHOPPING CIDADE SÃO PAULO

Localizado no coração da capital paulista, o Shopping Cidade São Paulo respira tendência. O empreendimento está sempre antenado aos assuntos que estão dando o que falar para entregar ao seu público experiências inovadoras. No mês de lançamento da nova temporada da premiada série Grey's Anatomy, o Cidade São Paulo promoveu uma atração interativa em parceria exclusiva com a Sony Channel, que desafiava o público a desvendar um mistério médico em poucos minutos. A Experiência Grey's Anatomy prometeu e entregou imersão do início ao fim, com elementos que compõem o universo da série, uso de jalecos e tablets, até a pressão para resolver o caso. O evento superou as expectativas e fez tanto sucesso que o Shopping Cidade São Paulo decidiu estendê-la por mais uma semana, realizando o sonho de mais de 1.500 fãs de vivenciarem a rotina dos seus personagens favoritos. A atração pautou 50 matérias e alcançou mais de 546 mil pessoas na comunidade digital, ampliando o fluxo do empreendimento em 29%.



SHOPPING CIDADE SÃO PAULO

Shopping Cidade São Paulo: Onde tudo acontece



Com seu perfil cosmopolita, o Shopping Cidade São Paulo incorpora a pluralidade de público da capital paulista que está sempre em busca das novas tendências de lifestyle. Comprometido em oferecer as melhores e mais exclusivas experiências, o empreendimento deu à área de Mall e Mídia o desafio de consolidar o empreendimento como uma plataforma de divulgação de marcas que buscam dialogar com as pessoas, com linguagens modernas, atividades imersivas e interatividade, gerando experiências. Com mais de 80 ativações, o Cidade SP transformou a Avenida Paulista em um palco de promoções e eventos e sua área em um ponto de divulgação ímpar, esbanjando criatividade e proporcionando às marcas oportunidades únicas para gerar novas conexões. O empreendimento viu a receita de mall e mídia crescer de R\$ 6 milhões em 2019 para R\$ 10 milhões em 2023, com expectativa de chegar em 2024 a R\$ 12,5 milhões.

SHOPPING DIFUSORA

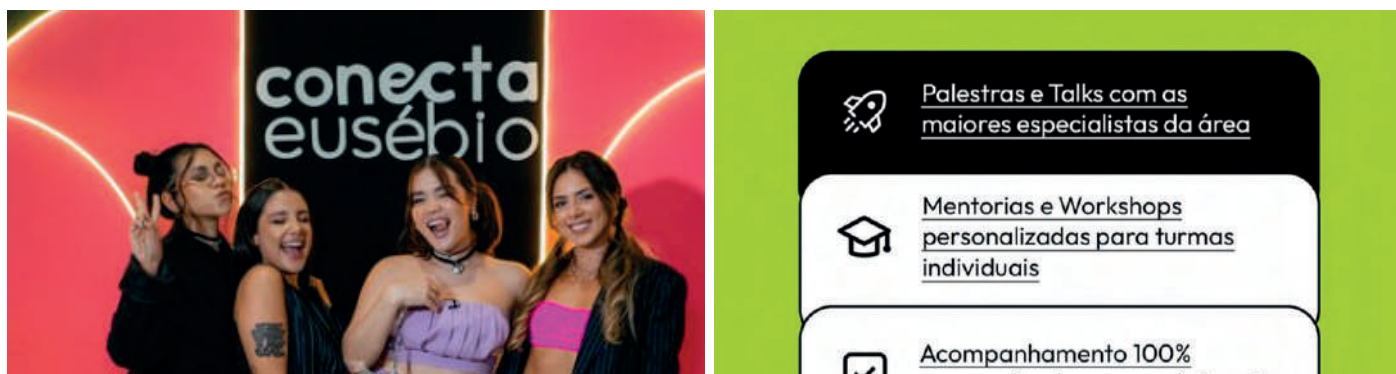
Parque do Cuscuz



O período das festas juninas sempre é muito aguardado na cidade de Caruaru que é conhecida por realizar o Maior e Melhor São João do Mundo. O Shopping Difusora preparou um projeto que fomentasse e desse destaque aos elementos tradicionais e que traduzisse o peso que a data representa para a cidade. Foi realizado um estudo detalhado sobre os aspectos culturais que poderiam ser trabalhados e dentro dessa perspectiva, elencamos quais as principais características da festa poderíamos enaltecer e escolhemos prestigiar as tradicionais comidas gigantes dando destaque para o cuscuz, prato tipicamente nordestino e que tem uma relação afetiva com seu povo, através do Parque do Cuscuz com uma cuscuzeira gigante. O Parque do Cuscuz foi inaugurado no dia da tradicional caminhada do cuscuz. O projeto foi sucesso na cidade, sendo ponto de visitação de locais e turistas e se tornou viral nas redes sociais, alcançando perfis de níveis nacionais, além de ser pauta em veículos de televisão e rádio.



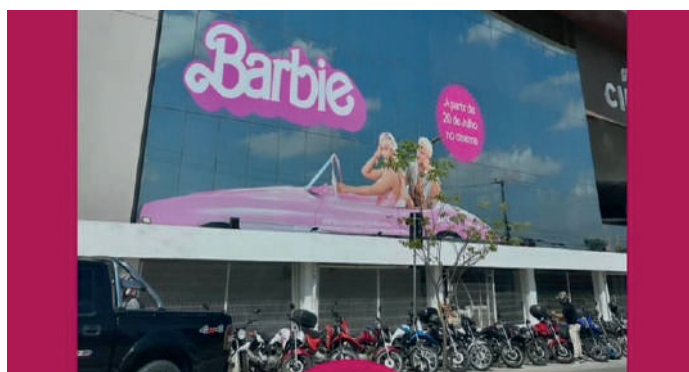
O Shopping Eusébio entende o seu papel transformador no município e realiza diversas ações e projetos para o desenvolvimento da comunidade. Não é diferente com a produção de conteúdo digital da marca. Percebendo a necessidade de profissionalizar produtores de conteúdo da região, nasceu o Conecta Eusébio. O Conecta Eusébio foi um programa de aceleração e profissionalização de produtores de conteúdo para capacitar esses profissionais. Multicanal, reuniu fases ON e OFF. O lançamento aconteceu em dois dias, com palestras de influenciadores renomados do estado. Os inscritos e curiosos participaram das palestras e conhecer mais o projeto presencialmente, trazendo movimento para o shopping. 40 selecionados, dentre os mais de 500 inscritos, participaram de uma imersão completa de profissionalização de produção de conteúdo com mentorias, aulas, workshops e prática de produção de conteúdo para os nossos lojistas.



SHOPPING EUSÉBIO

Intervenção na Fachada Barbie e Shopping Eusébio

O filme “Barbie” movimentou o mercado de shopping, gerando mais fluxo e vendas para os lojistas no país. Sabendo da importância dessa estreia, o Shopping Eusébio promoveu uma ação criativa e inovadora ao adesivar sua fachada com uma das cenas mais icônicas do filme, convidando o público a assistir ao filme no cinema do empreendimento, o único da região. Essa estratégia fazia parte de uma campanha 360º, englobando lojistas, influenciadores, colaboradores e clientes. A adesivação atraiu a atenção dos passantes da CE-040, uma das rodovias mais importantes do estado do Ceará, gerando grande engajamento e interesse na comunidade. A temática cativante da Barbie combinada com a exclusividade do cinema do shopping criou uma atmosfera de expectativa e diversão. A iniciativa foi além da promoção do filme, mas também reforçou a identidade do shopping como um centro de entretenimento e criatividade.



SHOPPING FREI CANECA

'Dê coitado só o preconceito': Shopping Frei Caneca muda destino de pets com deficiência



Diferente do que muitas pessoas pensam, os pets com deficiência são capazes de se adaptar muito bem às mais diversas condições e, principalmente, merecem uma qualidade de vida tão boa quanto a de qualquer outro bichinho. Por isso, o Shopping Frei Caneca sediou, em janeiro de 2024, a 4ª Feira de Adoção de Pets com Deficiência, em parceria com o projeto Cãodeirante. Ao todo, 10 animais participaram do evento – número pensado pelo bem-estar dos cães –, que reuniu pets cadeirantes, idosos e com perda parcial de visão. O empreendimento deu voz a uma causa importante, que impacta tanto a família que acabou de adotar como também os frequentadores do shopping, que acabam tendo acesso a um projeto com propósito ímpar. Foram oito pets adotados nesta edição, mas a procura continuou pós-evento, segundo os organizadores. Essa foi a 4ª edição de uma parceria que mantém feiras periódicas no shopping, resgata a visibilidade desses cães e faz uma ponte incrível entre o tutor e o seu novo melhor amigo.

SHOPPING PALLADIUM UMUARAMA

Abril Azul: Descobrindo o mundo através dos olhos autistas



Em reunião realizada entre o SAP (Serviço de Atendimento Psicológico) da Secretaria Municipal de Saúde e o marketing do Palladium Umuarama, o Shopping Palladium Umuarama descobriu que a grande maioria dos autistas atendidos por eles não visitam o empreendimento devido à falta de acessibilidade e incentivo do shopping perante os portadores do TEA (Transtorno do Espectro Autista). Neste sentido, o Shopping Palladium desenvolveu uma ação para marcar o mês em que se celebra o Dia Mundial de Conscientização do Autismo, com uma série de atividades voltadas a esse público. Junto com os próprios autistas, construíram ações para despertar a interação tanto dos participantes quanto dos visitantes. Através de uma galeria de arte, da criação de vagas de estacionamento exclusivas para autistas e de uma sessão de cinema gratuita, abriram as portas do Palladium Umuarama para essa parcela da população e as incluíram com muito prestígio e reconhecimento.

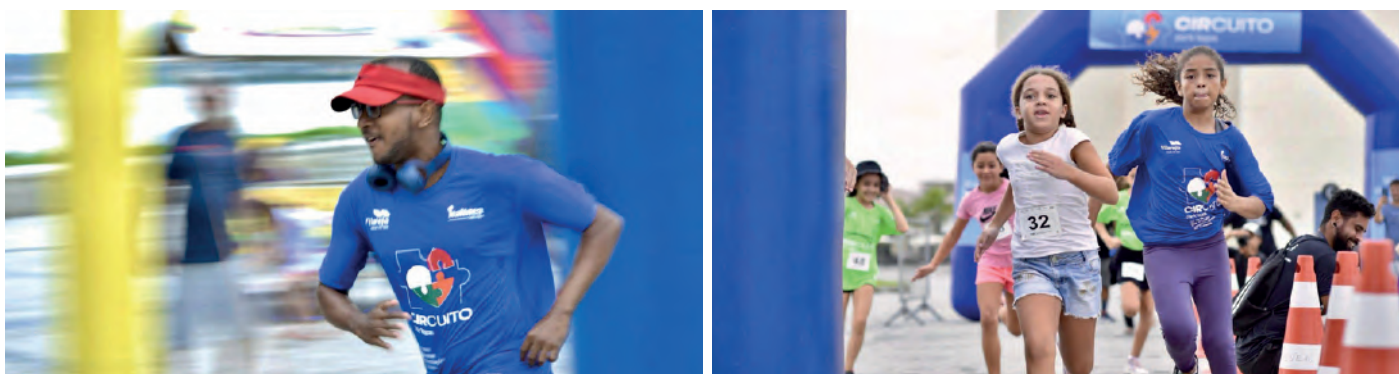




SHOPPING PARK LAGOS

Caminhada/Corrida Kids TEA (Transtorno Espectro Autista)

O Shopping Park Lagos promoveu, no dia 7 de abril de 2024, a Caminhada em prol do Dia Mundial da Conscientização do Autismo, comemorado em 2 de abril. A ação aconteceu em paralelo ao Circuito Park Lagos de Corridas (RUN 2024) e teve por objetivo principal a inclusão social e a promoção desta importante causa. As inscrições para a caminhada foram gratuitas, realizadas por meio de um link. As crianças, adolescentes e adultos autistas que realizaram a inscrição receberam a camiseta do evento. O evento aconteceu em benefício da valorização das capacidades e respeito aos limites dos autistas. Uma iniciativa de grande significado para as famílias das pessoas que estão no espectro do autismo, pois, de fato, promove não somente a divulgação da causa, mas a interação destas pessoas com a sociedade.



SHOPPING PARK LAGOS

Circuito de Corrida Park Lagos



O Circuito de Corridas Park Lagos é hoje o principal evento de corrida de rua da Região dos Lagos, no litoral norte do Rio de Janeiro. O projeto/evento está em sua 4ª edição e tem como objetivo promover a saúde e o bem-estar da população, estimulando a prática esportiva, a integração social e o sentimento de pertença à localidade. São quatro etapas ao longo do ano desafiando, estimulando, motivando e unindo a paixão pelo esporte. O Circuito nasceu em 2021, momento pandêmico, como alternativa de estimular a prática de atividade física. Com três etapas e apenas uma quilometragem, 5km, na época foi crescendo ao longo dos anos. Em 2022 avançamos para quatro etapas e duas quilometragens, 5km e 10km, onde conquistamos novos adeptos, em 2023 o Circuito ganhou o “apelido” de Evolution, que tinha como foco a evolução a cada etapa, começando com 5km e terminando com meia maratona 21km, onde ao longo dos três anos foram mais de 10 mil atletas participantes, sem contar a edição 2024.



SUZANO SHOPPING

23 anos do Suzano Shopping – R\$ 23 ou um presente da caixa misteriosa



O aniversário de 23 anos do Suzano Shopping estava repleto de ações para cliente, lojistas, vendedores e funcionários. Em alusão aos anos de atividades do Suzano Shopping, o empreendimento realizou uma brincadeira com 23 clientes, que foram convidados, aleatoriamente, e puderam participar de uma brincadeira, semelhante a um joguinho que viralizou na rede social TikTok. Apenas uma pergunta era realizada: R\$ 23 ou um presente da caixa misteriosa? A partir daí as surpresas aconteciam, havia produtos de lojas, destaque para as máquinas de fotos instantânea, afinal, além de estarem no gostinho do público, era possível já registrar o momento com o prêmio. Ao final, todos foram convidados para o tradicional “parabéns para você” e distribuídos cupcakes.

TERESÓPOLIS SHOPPING CENTER

Um Natal Inesquecível



O conceito estratégico por trás da campanha foi não apenas encantar os clientes, mas também tangibilizar o sonho da casa própria. O Shopping, em parceria com a Gênesis Empreendimentos, construtora local, ofereceu um prêmio que transcendeu o valor material, promovendo uma mudança transformadora na vida de uma família. Essa promoção destacou um case exemplar de como eventos e promoções podem ser integrados de forma eficaz para impulsionar o engajamento, aumentar o fluxo e fortalecer a conexão com a comunidade. A promoção foi adaptada às necessidades e preferências específicas dos clientes, garantindo que a promoção fosse pertinente e envolvente para cidade durante a Campanha de Natal 2023, como exemplo:

- Prêmio de alto valor emocional direcionado ao sonho da casa própria;
- Troca de cupons através de QR Code comunicados pelo shopping, gerando um período nulo no tempo de espera na fila para retirar seu cupom e depositar na urna.

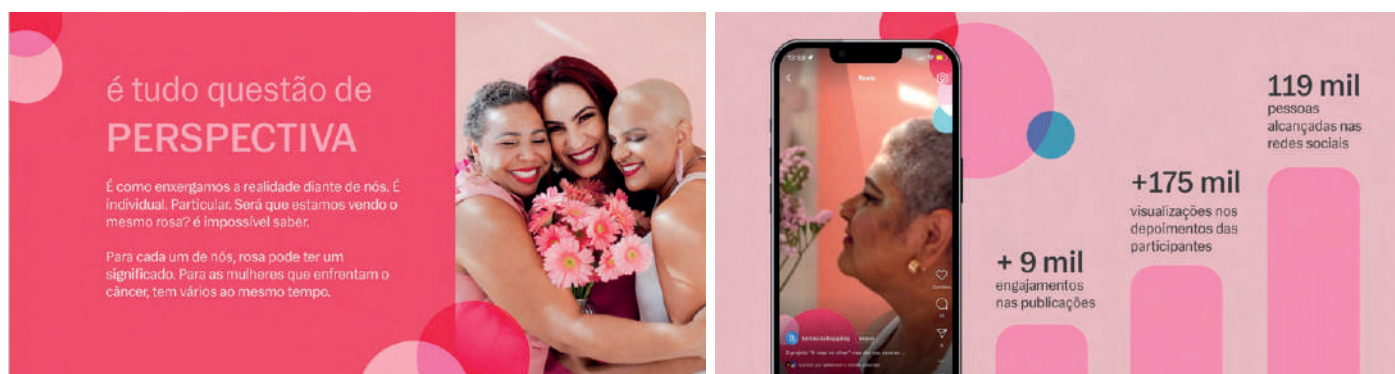




TERRAÇO SHOPPING

O Rosa em cada olhar

O Rosa em Cada Olhar foi uma ação de Outubro Rosa do Terraço Shopping que incentivou o exercício da empatia e novos pontos de vista sobre o câncer de mama. Com uma proposta interativa e humana, o projeto conseguiu ser informativo e, ao mesmo tempo, emocionante para todos os públicos. A premissa era associar o fato de que a cor rosa é uma interpretação criada pelos nossos olhos, que não existe no mundo real, com os diferentes pontos de vista e histórias que cada paciente com câncer tem para contar, mesmo enfrentando o mesmo problema. O objetivo do projeto era propor pluralidade de perspectivas. Estampar os desafios enfrentados pelas mulheres diagnosticadas com câncer de mama, demonstrando que cada jornada é única e que há beleza e singularidade em cada história contada e vivenciada.



TIVOLI SHOPPING

Outubro Rosa & Tivoli Shopping: Desfile, corte solidário, conscientização e valorização



O Tivoli Shopping preparou uma programação especial sobre a conscientização e prevenção do câncer de mama com: desfile, arrecadação de cabelos e ações de orientação. As iniciativas buscaram conscientizar a população sobre o assunto e a importância da prevenção, um passo vital na luta contra a doença. O câncer de mama é o tipo mais comum de câncer entre as mulheres em todo o mundo e, no Brasil, representa cerca de 30% de todos os cânceres femininos. A conscientização e o diagnóstico precoce são fundamentais para o sucesso do tratamento e a qualidade de vida das pacientes. O shopping tem um papel social importante em nossa comunidade, e as ações do Outubro Rosa vão ao encontro de nosso compromisso de oferecer não apenas entretenimento, mas também informação e apoio aos nossos clientes. O desfile, as ações de orientação e de doação de cabelo são exemplos da nossa dedicação em abraçar causas que têm um impacto real na vida das pessoas.



TIVOLI SHOPPING

Tivoli é primeiro shopping do país a ter cenário inclusivo da Barbie



Em 2023, “Barbie” foi considerado o filme do ano, o mais aguardado, o mais falado e o mais instagramável e todos os cinemas receberam as famosas caixas da Barbie, porém, as queridas caixas não eram acessíveis para cadeirantes quebrando o conceito de empoderamento e diversidade que o filme representava. E o Tivoli foi o primeiro shopping do país a contar com cenários inclusivos da Barbie. Através de uma parceria com a Associação Pernas da Alegria e com o Moviecom, o empreendimento teve duas caixas especialmente adaptadas para que portadores de deficiência pudessem fazer suas fotos. Juntamente com a entrega dos cenários foi realizada uma sessão de cinema especial de Barbie para cadeirantes e pessoas com deficiência. A iniciativa reforçou o compromisso do Tivoli em promover a inclusão e a igualdade de oportunidades, proporcionando espaços e atividades acessíveis a todas as crianças e adolescentes, independentemente de suas necessidades especiais.

VENTURA SHOPPING

Varejo influenciando novos formatos de mídia

O projeto Super Blitz, uma estratégia inovadora do Ventura Shopping e Rádio 98FM, visava superar desafios pós-pandemia. Com foco em atrações exclusivas, atraímos clientes do terminal de ônibus próximo, que é a principal entrada para o shopping. O objetivo era se destacar em relação ao concorrente próximo, mais moderno e com maior mix de lojas, para atrair clientes e levá-los para o nosso empreendimento. O projeto foi bem recebido, proporcionando uma experiência única e envolvente para os clientes. Resultados positivos foram alcançados, como o aumento de fluxo de visitantes, impulsionamento do faturamento e fortalecimento da presença do Ventura Shopping como destino preferido para compras e lazer. Durante os finais de semana com a ação, houve registro de aumento no fluxo de clientes de 10% a 30% em ações especiais, como a Campanha dos Namorados. A Super Blitz se destacou com um novo formato de comercialização chamado Live Marketing, modificando a comercialização tradicional da rádio.



CATEGORIA

GESTÃO DE

PESSOAS



ALMEIDA JUNIOR SHOPPING CENTERS

Programa de Interinidade como caminho para sucessão através da Formação de lideranças

A Almeida Junior Shopping Centers é uma empresa líder no seu segmento no Sul do Brasil, conhecida por sua cultura de inovação e excelência em atendimento ao cliente. Reconhecendo a importância do desenvolvimento contínuo de seus colaboradores, especialmente daqueles que estão prestes a assumir cargos de liderança, a empresa implantou o Programa de Interinidade. O objetivo do Programa de Interinidade é ser uma iniciativa estratégica que visa preparar os futuros líderes da Almeida Junior para assumirem cargos de liderança com confiança e competência. Durante um período de seis meses, podendo ser prorrogável por até três meses, os participantes do programa são submetidos a uma jornada intensiva de desenvolvimento, onde são incentivados a se desenvolverem em habilidades técnicas e comportamentais essenciais para seu sucesso como líderes.



ALMEIDA JUNIOR		API Acompanhamento do Período de Interinidade	
NOME:		DATA ADMISSÃO:	
CARGO ATUAL:		CARGO PRETENDIDO:	
DEPARTAMENTO ATUAL:		DEPARTAMENTO PRETENDIDO:	
GESTOR ATUAL:		GESTOR NOVA ÁREA:	
Informações Pessoais:		COMPATIBILIDADE COM O CARGO:	
Resumo das competências apresentadas no mapeamento de perfil:			
Formação e experiências profissionais:			
ACOMPANHAMENTO DA LIDERANÇA			
Considera a implementação para o alcance de metas considerando impactos em todos os processos da organização e reportando qualquer que possa vir a ocorrer? Cite exemplo observado:			

ALQIA ADMINISTRADORA DE CENTROS COMERCIAIS

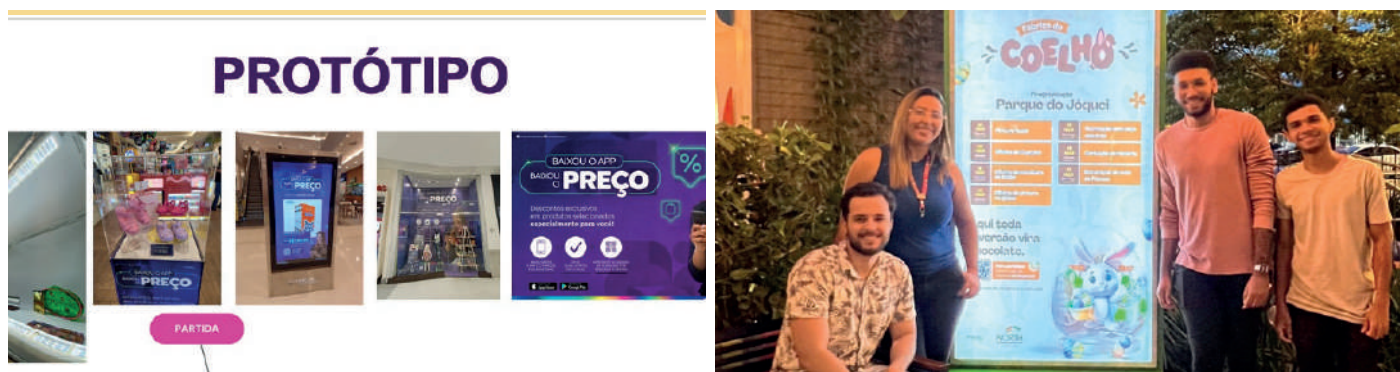
Alqia: Integração e comunicação como a chave da transformação



A Alqia nasceu em 2023 como resultado da integração da Saphyr Shopping Centers à HSI, tornando-se a maior unidade de negócios da gestora. Com uma estratégia estruturada por Gente e Gestão com empresas especializadas em integração e comunicação, o projeto contemplou mapeamento de valores, culturas e propósito, ouvindo lideranças e equipes para captura de informações e medição de aderências, reestruturando times, maximizando habilidades individuais e aproveitando todos os talentos sem promover nenhuma demissão. A empresa ganhou uma nova estrutura organizacional e uma nova identidade de marca. Refletindo o propósito de transformação da nova empresa, a identidade mergulha no universo da alquimia para se revelar Alqia. O engajamento de equipes e geração de mais oportunidades impactou nos resultados operacionais do Grupo, com o indicador de Cultura Organizacional registrando nota acima de oito e o indicador Engajamento superando 5%, dando suporte ao crescimento de vendas do Grupo em 9%



A Ancar Ivanhoe lançou o Negócios Ágeis, formato de Corporate Venture Capital, inédito no setor, das áreas de Inovação e Recursos Humanos. Criou-se ecossistema interno de startups (colaboradores) e investidores (superintendentes), parceiros de inovação externos e formação em métodos ágeis. Desafios: Redução de Custos Condominiais, Diversidade na Cia, Redução/Monetização de Resíduos, Engajamento App do Lojista, e chamada aberta. Times multidisciplinares de todo Brasil se inscreveram no desafio desejado e 22 superintendentes receberam mentoria em investimento de risco, tendo R\$ 10 mil para investir. Startups participaram de hackathons em hubs das cinco regiões do país, e, depois, de rodada de pitch para toda cia. Foram mais de 250 colaboradores inscritos, 30 soluções, 40 horas de treinamento e 13 projetos investidos. Projetos como gamificação digital para produtos digitais, quiosque modular, programa de desenvolvimento de liderança feminina, entre outros. Cinco soluções estão implementadas e quatro em expansão.



BOULEVARD SHOPPING BRASÍLIA

O poder da surpresa: como o Arquivo Confidencial transformou a gestão de pessoas no BBR



“Foi uma grande surpresa. Levei um susto quando vi minha família e não consegui entender o que estava acontecendo. Eles guardaram sigilo total. Fiquei muito emocionado. Foi um reconhecimento perante todos e eu não esperava por isso!” Essa foi uma das reações que o projeto teve a oportunidade de proporcionar aos 52 colaboradores do Boulevard Shopping Brasília. A fala é de Wilson Rodrigues, na empresa há 3 anos, que já teve duas promoções. Começou como caixa de Estacionamento, virou encarregado e hoje desfila orgulhosamente o cargo de brigadista. O Arquivo Confidencial, inspirado no quadro emotivo do Domingo do Faustão, visa aproximar o shopping dos colaboradores a partir das relações familiares. Ter pessoas amadas por perto celebrando os passos dados na organização, desde a admissão até os aniversários e promoções, fortalece o senso de pertencimento e a certeza de que trabalho e vida pessoal podem e devem caminhar lado a lado, contribuindo para a realização integral das pessoas.



FLAMBOYANT SHOPPING CENTER

Programa Crescer Flamboyant



O “Programa Crescer Flamboyant” é uma iniciativa de desenvolvimento que visa capacitar jovens aprendizes, cumprindo a Lei da Aprendizagem e preparando-os para os desafios da vida e do trabalho. O programa abrange diversos contextos, como corporativo, educacional, social e familiar, fornecendo conhecimento, experiência profissional e crescimento pessoal. Ele é fundamentado na lei, oferece suporte contínuo aos participantes e contribui para a redução do desemprego jovem e o fortalecimento da economia. O orçamento foi eficientemente utilizado, contando com a participação voluntária de colaboradores. Ao todo, 20 jovens participaram, envolvendo-se em programas educativos e rodas de conversa. A avaliação foi realizada para medir o impacto e identificar áreas de melhoria. Em conclusão, o programa é destacado como um catalisador crucial para o desenvolvimento dos jovens, moldando não apenas suas carreiras, mas também suas vidas de forma abrangente e positiva.

JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER

Somos Todos Jotapê!



O Jockey Plaza é um shopping de apenas cinco anos, mas com uma personalidade forte e marcante. Conquistou a cidade e seu público mostrando como uma marca pode ser humana, divertida e exclusiva sem ser excludente. Ao ver a necessidade de difundir essa cultura também entre os times internos deu início ao projeto: Somos todos Jotapê. Nele, o mascote do shopping passou a difundir a cultura organizacional às equipes de colaboradores além de assumir a voz da administração do empreendimento. O Jotapê, que em 2020 deu vida à persona do Jockey Plaza, logo virou sucesso entre clientes e seguidores. Jovem, antenado e descolado, o cavalinho sempre traz as novidades no mundo digital e fisicamente no dia a dia do shopping. Com o novo projeto de RH e endomarketing passou a espalhar também o sentimento de pertencimento em cada colaborador, encabeçando as campanhas internas como Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul, além de novas ações para o bem-estar e relacionamento com colaboradores.





LITORAL PLAZA SHOPPING

Espaço de Convivência

O Litoral Plaza Shopping criou um lindo espaço onde os colaboradores do shopping e seus terceirizados possam ter um local aconchegante para fazer sua refeição e aproveitar a sua hora de almoço como melhor te agradar. Transformando um ambiente de um antigo depósito em um refeitório, sala de decompressão e uma sala de jogos, isso tudo dentro do shopping em um acesso fácil de uma doca localizada no centro do empreendimento. Então quem já passa o dia dentro do shopping encontra um refúgio na sua hora de descanso onde dentro do mesmo espaço ele pode almoçar, há alguns passos uma sala superconfortável, onde se pode escolher (estudar, descansar, ver uma TV, carregar o celular, apreciar a natureza, ler um livro ou mesmo somente recarregar as energias para seu segundo tempo). Também pensando um público mais ativo temos uma sala de jogos onde contamos com uma mesa de ping pong, duas mesas de bilhar e duas mesas de jogos. A interação das pessoas foi um ponto importante após o momento delicado de pandemia que passamos.



MULTIPLAN

Compliance Multiplan: O "G" do ESG na Gestão de Pessoas



Nos últimos anos, a sigla ESG (Environmental, Social and Governance) ganhou espaço no noticiário e na agenda estratégica do mercado. Por convicção ou por conveniência, houve uma verdadeira corrida das marcas para se posicionarem como socialmente responsáveis e ambientalmente sustentáveis. Mas essa sigla traz consigo um outro pilar fundamental para a sociedade: a Governança. Empresas são feitas de pessoas e para as pessoas. E a governança é o que promove o alinhamento entre cultura e negócio para, efetivamente, acelerar as transformações que queremos ver na sociedade e no planeta. Ao apresentar nossas ações de Compliance, nosso objetivo é compartilhar com a indústria de shopping centers nossa experiência de levar o "G" do ESG para a gestão de pessoas. Muito mais que apenas seguir leis, regulamentos, normas ou políticas internas, nosso foco foi reforçar uma atuação ética e responsável, demonstrando que os grandes avanços acontecem sempre de dentro para fora.



“NIAD!”, ovacionou a superintendente do Boulevard Shopping Londrina quando recebeu o prêmio Newton Rique de Sustentabilidade em 2023. Este é um sinal de que a NIAD cumpre sua missão: criou um time engajado, entusiasmado para abraçar cada desafio e pronto para superar as metas estabelecidas. Uma empresa baseada em gente que realiza porque é experiente, apaixonada e feliz. Presente em quatro estados de três regiões do país, além do Distrito Federal, a NIAD celebrou em novembro de 2023 um ano de operação com números expressivos: sete shoppings; incrementou o mix dos empreendimentos com a negociação de 65 lojas; levou três prêmios Abrasce; teve resultados de vendas acima do projetado pelo setor e o principal: reuniu um time muito animado, orgulhoso de fazer parte da companhia e que vibra com cada conquista. Isto é fruto de investimentos em gestão de pessoas e uma administração muito próxima, que soluciona com agilidade porque confia em seu time e atua de forma colaborativa.



PÁTIO ALCÂNTARA

Emocionômetro do Pátio Alcântara



Em um mundo onde o estresse e a pressão profissional assolam a saúde mental, o Pátio Alcântara se destaca como um farol de cuidado e empatia. O projeto Emocionômetro, uma iniciativa pioneira no segmento de shopping centers, acompanha diariamente as emoções dos colaboradores, construindo um ambiente de trabalho mais saudável, acolhedor e produtivo. Por meio de figuras em painéis interativos, os colaboradores podem identificar e expressar como estão se sentindo. Ao mapear o estado emocional dos colaboradores, o time de RH consegue agir rápida e proativamente, oferecendo o suporte profissional necessário, e criando um ambiente onde é seguro se vulnerabilizar. A iniciativa fortaleceu o senso de pertencimento, a confiança mútua entre as pessoas e refletiu em menor absenteísmo, melhor desempenho e maior motivação de todo o time.



SHOPPING CENTER NORTE

Shoppings Center Norte e Lar Center: Pioneiros na Certificação ISO 41.001

Os shoppings Center Norte e Lar Center foram os primeiros do mundo a receber a ISO 41.001. Essa certificação internacional reconhece empresas com modelos de gestão sustentáveis de facilities management, com alto desempenho operacional. Esse modelo de gestão estabelece um sistema integrado de pessoas, lugares e processos, com premissas e métricas para uma prestação de serviços de excelência. Esse padrão organizacional trabalha com uma série de indicadores para orientar e contribuir com uma prática mais eficiente e de melhoria contínua dos serviços. Este modelo envolve todos os colaboradores e stakeholders do shopping em um compromisso em comum: atender com excelência. Isso engloba, por exemplo, quando alguém passa mal dentro do shopping, um bombeiro deve chegar ao local para prestar primeiros socorros em até quatro minutos, entre outros 30 temas capazes de garantir uma experiência prazerosa.



SHOPPING LAGO CENTER

Qualifica Lago – Capacitação para uma inauguração com excelência



O Lago Center Shopping lançou recentemente o projeto Qualifica Lago – capacitação para uma inauguração de excelência, que está sendo dividido em etapas: 1. Captação de currículos de pessoas interessadas em trabalhar no Shopping; 2. Preparação de um conjunto de treinamentos direcionados para o atendimento em shopping center; 3. Abertura das inscrições para os cursos; 4. Disponibilização da lista de candidatos para os lojistas. O projeto tem como objetivo fornecer condições competitivas para os candidatos, lojistas e para todo o ecossistema empreendedor da cidade, considerando que a oferta de mão de obra qualificada tem sido cada vez mais escassa e entendendo que um equipamento como um shopping center impulsiona novos movimentos sociais. Por isso o Lago Center Shopping de Araguaína assumiu o desafio de construir um novo cenário municipal e aumentar a oferta de mão de obra qualificada. O banco de currículos tem mais de 1.200 currículos cadastrados.

SHOPPING PIRACICABA

Um Shopping para todos – Inclusão através de Libras



O Shopping Piracicaba, único centro comercial da cidade, possui um papel fundamental como referência de entretenimento e lazer para toda a comunidade. Entendendo a importância da inclusão e da acessibilidade, o shopping identificou a necessidade de capacitar seus colaboradores em Libras para melhor atender às demandas da comunidade surda. Em parceria com a ASSUPIRA, principal ONG da cidade, idealizamos um projeto de capacitação em Libras. A iniciativa beneficiou 30 colaboradores que atuam em áreas onde há contato direto com os clientes, visando à comunicação eficaz e à inclusão social. Ao longo de cinco meses, os colaboradores participaram de aulas semanais, aprimorando e desenvolvendo sensibilidade para atender às necessidades da pessoa surda. O projeto também serviu como referência para a ASSUPIRA, que apresentou o case em outras empresas da região, inspirando e ampliando o impacto da inclusão na cidade.

SHOPPING VITÓRIA

Dia da Empatia no Shopping Vitória – Conexão e Respeito



SHOPPING VITÓRIA

Promover uma cultura de empatia e cooperação, reconhecendo a importância fundamental da empatia no ambiente de trabalho e na vida cotidiana, assim nasceu a ação Dia da Empatia no Shopping Vitória, que chegou à sua 2ª edição em 2023. Este projeto visa celebrar o Dia Mundial da Empatia, comemorado em 12 de junho, de uma forma significativa e duradoura, promovendo a integração entre as áreas administrativas do shopping. As equipes são convidadas a vivenciarem rotinas de trabalho diferentes do seu dia a dia, conhecendo os processos de outros setores da empresa. O projeto inspira os colaboradores a praticarem e cultivarem a empatia, a partir da experiência, em todas as interações, tanto dentro quanto fora do ambiente de trabalho.



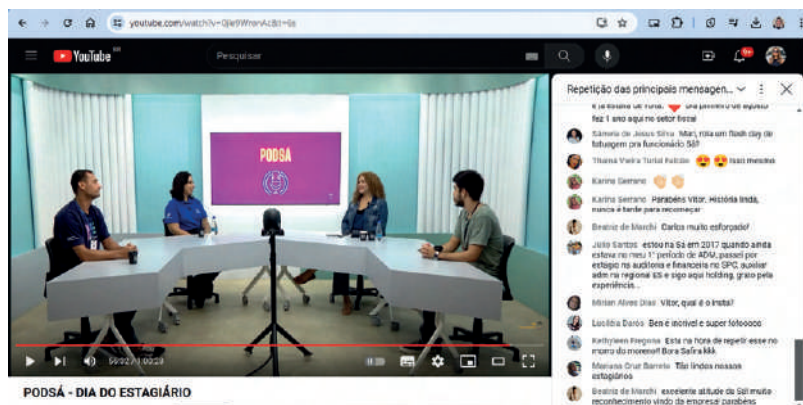
Colocar as pessoas no centro da organização não é tão simples quanto parece. Dá para fingir, fazer quadro de reconhecimento, eventos e dar presente. Dá para fazer um belo discurso sobre a importância do engajamento e que uma organização é feita de quem atua nela. Tudo isso é verdadeiro e válido, mas nem só de confete vive a gestão de pessoas. A Sá Cavalcante decidiu inovar no processo de soluções e mudanças na organização. Em 2022, implantou uma metodologia de escuta dos lojistas, baseada em dados sobre a satisfação, e realizou adaptações a partir dela. Com os resultados obtidos, nasceu a inspiração para escutar também os colaboradores. Com um processo de digestão e elaboração de várias soluções ao mesmo tempo, o momento do Planejamento Estratégico foi aproveitado para gerar uma grande oportunidade de aperfeiçoamento a partir da inteligência de quem vivencia os shoppings no dia a dia. Respeitando as diferenças da diversidade, o resultado foi surpreendente.

**SHOPPINGS SÁ CAVALCANTE**

Vozes da Sá: O poder do PodSá na construção de uma cultura engajada



O PodSá é um podcast inovador criado pela Shoppings Sá Cavalcante para fortalecer a comunicação interna, engajar colaboradores e promover a cultura organizacional. Com episódios sazonais, o programa aborda temas relevantes para o dia a dia dos funcionários, como benefícios, eventos especiais e histórias de sucesso. Sempre com convidados que integram os times de diferentes áreas, o PodSá oferece um espaço inclusivo para compartilhar conhecimentos, experiências e valores da empresa. Desde seu lançamento, o podcast tem alcançado resultados significativos, com aumento constante nas visualizações e feedbacks positivos dos colaboradores. O PodSá se tornou um diferencial valioso para a Shoppings Sá Cavalcante, fortalecendo sua marca empregadora e contribuindo para seu crescimento e sucesso contínuos.





Com a relevância e evolução da discussão no mercado da temática de ESG, a Terral entendeu a oportunidade de ter uma consultoria especializada para firmar o compromisso social como organização. Buscaram a consultoria Goldenberg para nos guiar os próximos passos em seu posicionamento frente à sociedade. Após um diagnóstico de DEI com nossas pessoas, optaram em focar nos primeiros esforços no letramento de 100% da equipe administrativa no tema, proporcionando não somente horas de treinamento dedicadas com a consultoria, mas também facilitando o acesso dos colaboradores a leituras e visões do mercado via comunicação interna e em fóruns de discussões através da convenção anual. O projeto se dedicou ao desenvolvimento da liderança feminina e líderes negros em treinamentos específicos, bem como a adequação da sede corporativa para receber com acessibilidade pessoas com deficiência motora.

VIASHOPPING BARREIRO

Benefício Microcrédito: Zero Juros para Colaboradores!



Trabalhe em um Shopping Center e desfrute dos benefícios do nosso Programa de Microcrédito! Imagine pegar um empréstimo no valor de 1 salário bruto, sem pagar nenhuma taxa, sem juros e ainda ter a flexibilidade de pular uma “parcelinha” quando necessário. E o melhor? Você pode repetir esse empréstimo sempre que precisar. Com o nosso programa, oferecemos crédito simples, barato e livre para nossa equipe, proporcionando tranquilidade financeira e apoio em momentos de necessidade. Já ajudamos mais de 380 famílias, reduzimos o absenteísmo para incríveis 1,28% e mantivemos nossa posição de excelência no ENPS. Estamos indo além ao estabelecer novos padrões de responsabilidade social e corporativa, transformando vidas e criando um ambiente de trabalho mais positivo e produtivo. Descubra o segredo para o sucesso financeiro dos nossos colaboradores com o Programa de Microcrédito do Viashopping!



CATEGORIA

**NEWTON RIQUE DE
SUSTENTABILIDADE
ESG**





ALLOS

Contrato Solidário: quando a eficiência nos negócios encontra a transformação social

Contrato Solidário é um projeto desenvolvido pela Diretoria Comercial em parceria com o time de Gente e Performance da ALLOS, uma iniciativa interna em que as áreas buscaram ir além das metas comerciais, transformando cada contrato comercial assinado em uma cesta básica para famílias que vivem em situação de vulnerabilidade social. Durante o período de realização do projeto, dois pontos se destacaram: 1) O engajamento do time formado: a colaboração, o trabalho em equipe, a motivação dos pares e a autocobrança foram fundamentais para o atingimento da meta; e isso, em uma equipe formada por pessoas que haviam passado recentemente por um processo de fusão, que não se conheciam direito e que trabalhavam sob diferentes processos e culturas. 2) A resiliência e a persistência das pessoas: uma das grandes dificuldades encontradas foi operacionalizar a entrega das cestas. Para isso, tivemos que encontrar um parceiro idôneo para a entrega das cestas, no caso, a GERANDO FALCÕES.



Sustainable Life Centers: atuando hoje com metas para 2030

ALLOS



A ALLOS carrega em sua história um legado de cuidado e preocupação com a sustentabilidade buscando constantemente aprimorar suas práticas para se destacar como referência em ESG. Desde o lançamento de seu 1º relatório de sustentabilidade há uma década, até a criação da Plataforma ESG, que consolida a agenda de sustentabilidade da ALLOS e estabelece compromissos para 2030, a empresa tem dedicado muitos esforços. Este compromisso reflete um mindset arraigado em fazer o que é certo e em gerar valor compartilhado, assegurando que as nossas ações sejam positivas não apenas para o negócio, mas também para o meio ambiente e a sociedade. Já em 2023 conseguimos observar os primeiros e expressivos resultados dessa estratégia, envelopada sob o conceito dos “Sustainable Life Centers”: espaços que promovem e inspiram sustentabilidade, com a certeza de que estamos construindo um futuro brilhante não apenas para a ALLOS, mas para todas as partes envolvidas.

Em um cenário desafiador onde a leitura ainda não é uma prática disseminada no país, a ALLOS criou uma iniciativa revolucionária, buscando transformar vidas através dos livros: o projeto Leitura para Todos, voltado a crianças em situação de vulnerabilidade social. A iniciativa autoral e perene distribui gratuitamente livros cuidadosamente selecionados e promove atividades culturais e educativas, como contação de histórias e oficinas criativas, para despertar o amor pela leitura desde cedo e fomentar a consolidação de um hábito que contribui para a formação social e intelectual das crianças. Em 2023, o projeto ganhou uma nova dimensão em parceria com a Disney, levando momentos de encantamento e histórias inspiradoras para milhares de crianças em todo o Brasil. Com mais de 610 mil livros distribuídos e 872 instituições beneficiadas, o projeto está apenas começando sua jornada de transformação, em busca de um futuro mais igualitário e promissor para as para as próximas gerações.



AMÉRICAS SHOPPING

Espaço Atípico – onde a alegria acontece

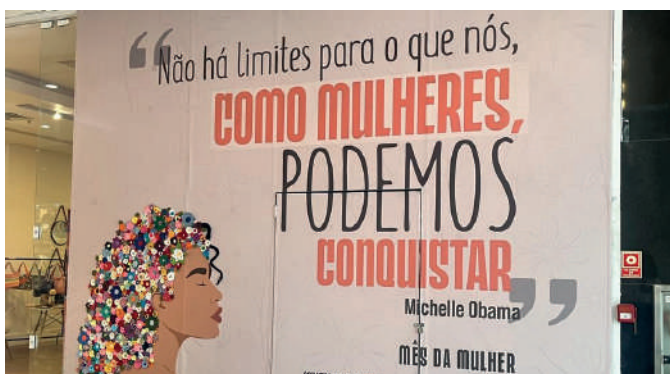


Para celebrar e ampliar a visibilidade do Mês de Conscientização do Transtorno do Espectro Autista (TEA), o Américas Shopping estabeleceu uma parceria significativa com a clínica Criar Recrear para inaugurar o inovador Espaço Atípico. Este espaço, estrategicamente localizado em uma loja fechada do shopping, esteve em funcionamento de 2 a 28 de abril, proporcionando uma série de atividades cuidadosamente planejadas e adaptadas para atender às necessidades das pessoas com TEA e seus familiares. Ao longo do período de funcionamento, o Espaço Atípico ofereceu uma variedade de experiências, desde oficinas lúdicas até inspiradoras exposições de esculturas, aulas de zumba e sessões de terapia sensorial. Cada atividade foi cuidadosamente concebida para acolher, apoiar e proporcionar momentos de conexão para todos os participantes, em um ambiente seguro e inclusivo. O objetivo do projeto foi promover a conscientização, engajamento social e inclusão.



AMÉRICAS SHOPPING

Loja Arte Delas – Empoderamento e transformação comunitária



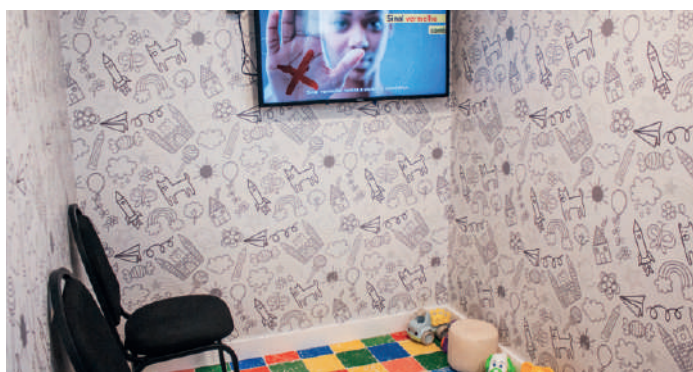
O Américas Shopping promoveu uma ação inédita ao transformar uma loja desocupada em um espaço vibrante dedicado ao empreendedorismo feminino e à arte, denominado ‘Loja Arte Delas’. A iniciativa foi especialmente criada para apoiar as empreendedoras do projeto METAS – Mulheres Empreendedoras do Terreirão, ligado à ONG Ação Social Recreio. A ideia foi proporcionar a estas mulheres um local de visibilidade e com infraestrutura para expor e comercializar seus produtos artesanais, contribuindo significativamente para o impulsionamento da economia local. A implementação da loja não apenas revitalizou uma área antes não utilizada do shopping, mas também se estabeleceu como um ponto de transformação social e econômica, fortalecendo as bases da comunidade local. As vendas obtidas pelas participantes envolvidas durante o período do projeto foram superiores às médias mensais, ressaltando assim o impacto positivo gerado pela iniciativa para as mulheres da comunidade ao redor.

BARRASHOPPING

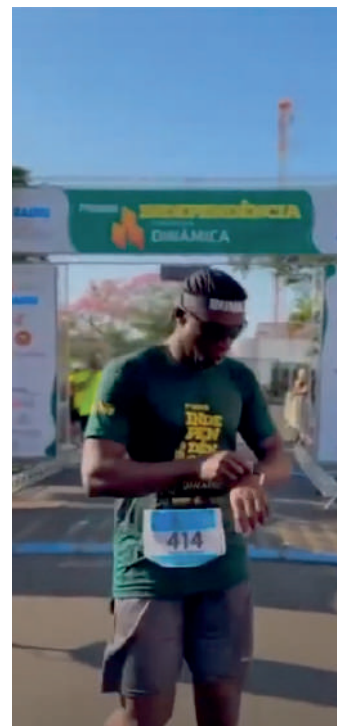
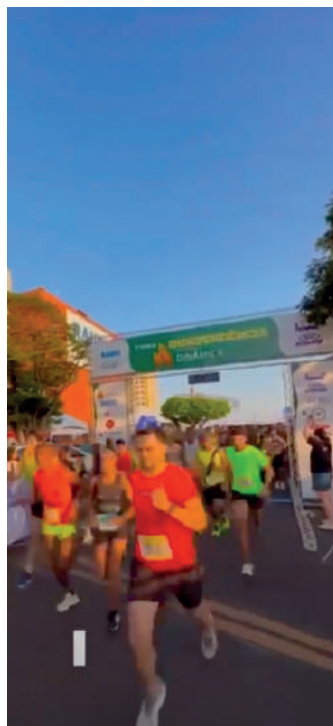
BarraShopping: Espaço Mulher



Em 2023, três em cada 10 mulheres foram vítimas de violência no Brasil, segundo estudo do DataSenado, o maior já realizado no país. Mas as estatísticas ainda não alcançam toda a extensão do problema. Esse assunto ainda gera medo, culpa e vergonha. “Em briga de marido e mulher, ninguém mete a colher”. Talvez a frase repetida à exaustão seja o maior desafio para mudar uma cultura que vem se perpetuando. Violência contra a mulher não é normal. Não pode ser normal. Precisamos de ações concretas para romper esse ciclo. É uma questão que afeta toda a sociedade, independente de cor, classe social, região do país. É uma causa de todos. Mais que isso: é uma responsabilidade de todos! Para contribuir com esse enfrentamento, a Coordenadoria Estadual da Mulher – COEM – o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro por meio do VII Juizado de Violência Doméstica e a OAB Barra da Tijuca, em parceria com a Multiplan, criaram o Espaço Mulher no BarraShopping.



O projeto “Saúde e Convivência BSC”; do Bauru Shopping, é uma iniciativa que promove o bem-estar e a saúde da comunidade de Bauru e região. Com o “Projeto ComViver”, focaram na atividade física para a terceira idade, enquanto o Circuito de Corridas, Passeios Ciclísticos, Zumba Party e Aulão de Dança Kids atingem diferentes públicos. Todas as ações estão alinhadas com as boas práticas de ESG, demonstrando o compromisso com a sustentabilidade e responsabilidade social. Este projeto não só beneficia a saúde dos participantes, mas também fortalece o vínculo com a comunidade, promovendo um estilo de vida ativo e saudável.

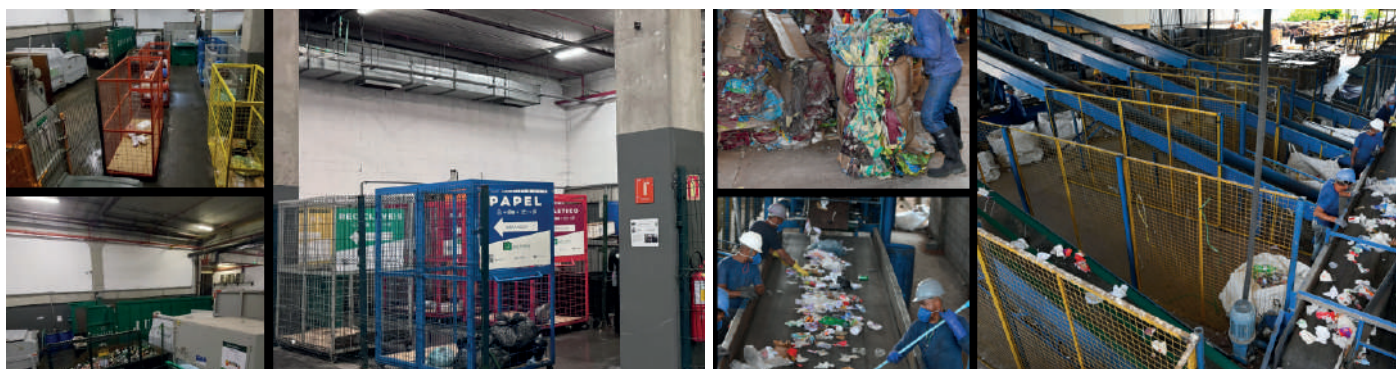
**BOULEVARD SHOPPING VILA VELHA**
O Amor Contagia

O Amor Contagia é um projeto inspirador que une crianças de diferentes realidades em torno de uma experiência única: a compra consciente em um shopping, tendo como moeda social o Amor Real, conquistado por meio de oficinas de sustentabilidade. Ao longo de diversos dias de atividades, as crianças foram protagonistas em cada etapa do processo, desde a coleta e triagem de doações até a emocionante experiência de compra. A parceria com o shopping potencializou o impacto do projeto, reforçando o compromisso com o desenvolvimento social e sustentável da comunidade. Os resultados impressionam: mais de 1.500 crianças beneficiadas, 13 comunidades alcançadas e milhares de momentos de gratidão registrados na árvore da gratidão. Mas a ação vai além dos números, deixando um legado de amor, esperança e solidariedade. Cada abraço e palavra de agradecimento são testemunhos do poder transformador das pequenas ações, mostrando que juntos podemos contagiar o mundo com bondade e compaixão.

O Grand Plaza transformou o Natal de crianças com deficiência, colocando-as como protagonistas da principal data do Varejo. A Chegada do Papai Noel foi exclusiva para famílias assistidas pela APAE de Santo André em um espetáculo redesenhado para promover uma melhor experiência para o público, que também conheceu as atrações do Natal Disney | Pixar do Grand Plaza no evento fechado. O Bom Velhinho e a Mamãe Noel, interpretada por uma atriz cadeirante, proporcionaram uma experiência mágica de inclusão e representatividade em encontros exclusivos ao longo da temporada e o empreendimento criou o Espaço TEAmigo, um refúgio para pessoas neuroatípicas durante os passeios. Mais de 800 crianças com deficiência participaram das atrações da programação inclusiva, que impactou mais de 1 milhão de pessoas na comunidade digital e ganhou destaque em mais de 50 matérias na imprensa, reforçando o compromisso do Grand Plaza com a sociedade do ABC Paulista e seu papel inovador no setor.



O Projeto de Excelência em Gestão Sustentável de Resíduos vai além da reciclagem dos resíduos sólidos nos Empreendimentos da Iguatemi. A empresa inovou ao reestruturar sua cadeia operacional, capacitando parceiros para se tornarem grandes usinas de segregação. Isso resultou em um marco histórico em 2023, alcançando 91,24% de reciclagem nos 16 Shoppings da Iguatemi. Além dos números, a iniciativa destaca como os Shoppings Centers podem impactar positivamente os aspectos ambientais e sociais, transformando desafios operacionais em oportunidades e gerando impactos positivos nas áreas urbanas onde estão inseridos.



INTERNACIONAL GUARULHOS SHOPPING CENTER

Internacional Shopping inova com método de visualização imediata de consumo aos lojistas



Trazendo transparência, autonomia e agilidade como coração do projeto, o Internacional Shopping crava o pioneirismo com a chegada do “Consumo INtegrado”. A novidade envolve shopping e lojistas e visa qualificar o compartilhamento de dados de consumos, como informações de energia e água, deixando essa análise mais clara ao proprietário da loja, que pode acompanhar em tempo real toda a curva de consumo ao longo do mês. Isso acontece por meio de um recurso integrado à plataforma Intranet Mall, onde o lojista consegue visualizar em qualquer hora e em qualquer lugar o consumo de sua operação. A nova funcionalidade dá lugar ao grande gargalo existente até então, que envolvia o mesmo processo utilizado pelas concessionárias onde é demonstrado apenas o consumo mensal. O novo processo garante maior confiabilidade aos dados apresentados e até mesmo evitar o retrabalho, trazendo mais eficiência para a equipe de operações que administra mais de 300 operações, gerando um volume alto de demanda.



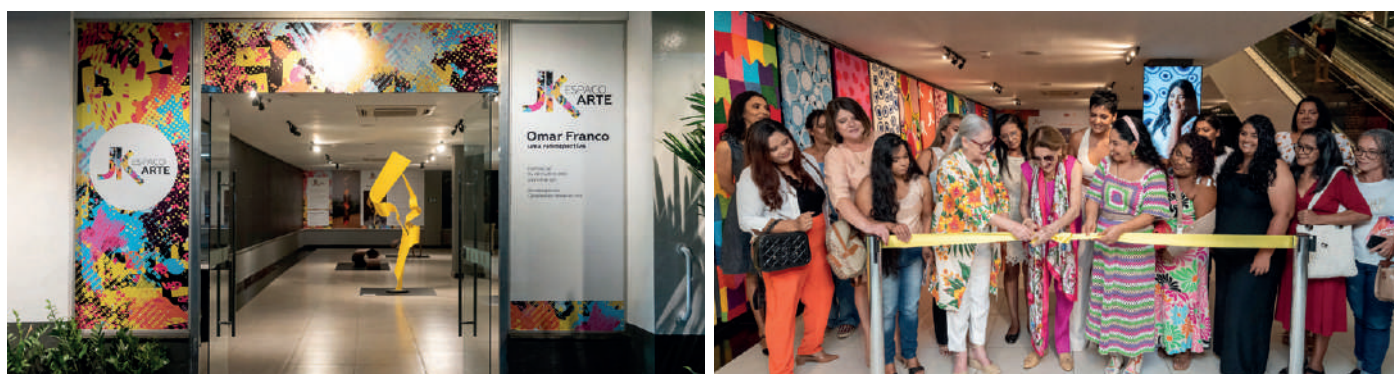
ITAPECERICA SHOPPING

1º festival de Curtas-Metragens Tigre Branco



O Festival Tigre Branco de Curtas-metragens consiste em um projeto social que levou a produção cinematográfica para dentro das escolas públicas, através da produção de filmes, em curta-metragem, por parte dos alunos com o objetivo final de disputarem uma premiação e assistirem seus próprios filmes na telona do cinema do Grupo Cine, localizado dentro do Itapecerica Shopping, local onde o evento foi sediado. O festival foi organizado pela parceria entre o Itapecerica Shopping, Tigre Branco Produções, Grupo Cine e Diretoria de Ensino de Itapecerica da Serra em 2023. Participaram 10 escolas públicas estaduais da cidade, divididas entre as mais variadas localidades do município. 3.600 alunos participaram direta e indiretamente do projeto, resultando na produção de 200 curtas-metragens durante o ano letivo de 2023. O Itapecerica Shopping recebeu os 300 convidados na cerimônia e disponibilizou uma sala para exibição durante 10 dias os curtas (mais de 3000 pessoas puderam assistir).

O JK Espaço Arte é um espaço multiuso de cerca de 430 m² inaugurado no aquário do estacionamento subsolo do JK Shopping, anteriormente planejado para ser uma galeria de serviço. Foi criado para reforçar o papel do JK Shopping como um centro de cultura e lazer acessível a todos. O espaço se destina aos mais variados eventos como exposições de arte em diversos meios, lançamentos de livros, apresentações artísticas variadas, teatro, música, dança entre outros. Lá se alternam exposições e eventos que oferecem mostras de arte que de outra forma não encontrariam espaço deste lado da cidade, carente de um centro de cultural deste tipo. Além disso, também oferece palco às diversas manifestações artísticas da comunidade, garantindo visibilidade alavancadas pelos esforços de comunicação do próprio shopping e se presta ao serviço de formação de plateia e educação pela arte. Se transformou num equipamento importante que vem complementar as ações de ESG do JK Shopping, ampliando as ações sociais.



JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER

Bonecas Especiais – Comemoração ao Dia Mundial do Autismo e Síndrome de Down



Inspirados pelo movimento barbiecore, tendência nas vitrines e que se intensificou com lançamento do filme 'Barbie' nos cinemas, o Jockey Plaza Shopping e o produtor de moda e colecionador de bonecas Barbie, Victor Sálvaro, realizaram uma ação pra lá de especial: no dia 30 de março de 2023, oito adolescentes portadoras da Síndrome de Down e/ou autismo selecionadas pelo instituto Eu Tenho Nome foram produzidas para uma sessão de fotos exclusiva, simulando como se fossem bonecas Barbie da vida real. A ação celebrou as datas oficiais de conscientização da Síndrome de Down – 21 de março, e o Dia Mundial de Conscientização do Autismo – 2 de abril. O ensaio foi produzido envolvendo lojistas de moda e beleza, foi realizado no shopping, aberto ao público e finalizou com as fotos das meninas na caixa da boneca criada como cenário. A ação ganhou visibilidade na comunidade de famílias Autistas e Down, além da divulgação das fotos que emocionou muito as adolescentes e os clientes que acompanharam.

MINAS SHOPPING

Capacitação do Papai Noel em Libras



O Minas Shopping, em Belo Horizonte (MG), abraçou o espírito do Natal com uma iniciativa inclusiva inédita no país: a capacitação do Papai Noel em Língua Brasileira de Sinais (Libras). Essa foi apenas uma das diversas iniciativas do shopping para a temporada natalina de 2023. Com o objetivo de proporcionar uma experiência verdadeiramente inclusiva para crianças, jovens e adultos com deficiência auditiva, o Minas Shopping investiu na formação do Papai Noel para que ele pudesse se comunicar em Libras com o público. O ator contratado para interpretar Noel dedicou-se ao curso do BH Libras de forma intensiva por três meses, com aulas individualizadas, e foi capaz de ter uma comunicação básica em Libras com o público do shopping. Para completar, uma das “Noeletes”, as famosas ajudantes do bom velhinho, era fonoaudióloga de formação e também se comunicava em Libras, deixando a experiência das pessoas com deficiência auditiva ainda mais inclusiva e especial.



MULTIPLAN

Multiplique o Bem: Arrecadômetro de Natal



É comum ouvir que estamos em um momento de grandes mudanças no Brasil e no mundo. Mas vamos colocar essa afirmativa em outra perspectiva: estamos em um momento em que grandes mudanças precisam ser feitas, no Brasil e no mundo. Nos últimos 50 anos, a sociedade avançou. Demos grandes saltos de desenvolvimento, mas ainda não é o suficiente para as transformações que queremos ver no mundo. A desigualdade social ainda é um desafio emergente que afeta a todos e, portanto, é também uma responsabilidade de todos. Por meio do Multiplique o Bem, hub de impacto positivo da Multiplan, atuamos em frentes críticas como direitos humanos, combate aos efeitos de catástrofes ambientais, segurança alimentar, saúde popular e a causa animal. Mas queremos fazer mais. O “Arrecadômetro de Natal” é uma dessas iniciativas. A ação que envolveu clientes e shoppings da Multiplan para transformar cadastro de notas fiscais no superapp Multi em esperança para famílias em severa vulnerabilidade social.

NATAL SHOPPING CENTER

Naty nas Escolas: Relacionamento com comunidade e desenvolvimento local



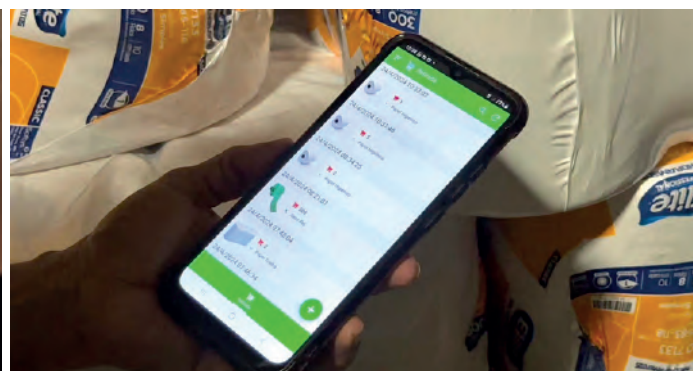
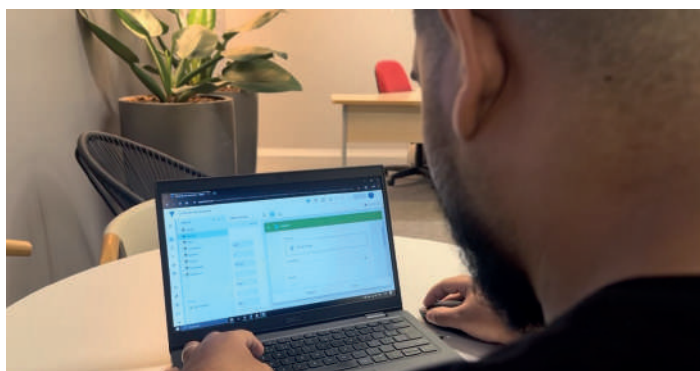
O Naty nas Escolas é um projeto que surgiu do compromisso com o propósito de transformação e desenvolvimento das comunidades locais, levando para a rede pública de ensino infantil e fundamental a conversa sobre sustentabilidade e reciclabilidade de forma lúdica e musical. A Naty, mascote do Natal Shopping reconhecida em 2023 como o maior case de mascotes da indústria de shopping centers, passa a estar presente para além das dependências do empreendimento, entrando em ambiente educacional, e praticando a conexão direta com a primeira infância. Naty nas escolas é um dos projetos que ajudou a consolidar a notoriedade do Natal Shopping com o reconhecimento local como a melhor empresa de práticas ESG do RN, através do prêmio Lide RN 2023. O NAT passa a se diferenciar no mercado enquanto empresa que de fato pratica seus valores relacionados ao desenvolvimento social e ambiental sustentável.



NORTH SHOPPING FORTALEZA

QOP Management APP

A necessidade de aprimorar o controle de consumo de descartáveis em shopping centers levou ao desenvolvimento do aplicativo QOP (Quantity of Product Management) no North Shopping Fortaleza, utilizando a plataforma AppSheet da Google. Este aplicativo permite um controle tecnológico e móvel, eliminando a necessidade de papel, com um controle mais preciso e em tempo real. O sistema proporciona um estoque mais organizado e simplifica o dia a dia dos usuários, reduzindo os gastos com renovação de material. Essa solução resolve um problema enfrentado pela maioria dos shopping centers atualmente, enquanto contribui para a redução do uso de papel e a modernização dos processos manuais. Com isso, promove-se uma gestão mais eficiente e sustentável dos recursos.



Nunca se discutiu tanto sobre o papel para as empresas e a necessidade de maior protagonismo para uma transformação social efetiva e duradoura. Há exatos 40 anos, quando o ParkShopping foi inaugurado, já trazíamos em nosso DNA essa convicção. Passadas quatro décadas, podemos ver que a sociedade evoluiu como nunca, mas muito ainda precisa ser feito. Mesmo dispondo hoje de instrumentos inimagináveis em 1983, continua sendo um desafio equilibrar a visão dos negócios a uma atuação socialmente responsável. E é exatamente essa a proposta do Ingresso Solidário promovida pelo ParkShopping. Com a iniciativa, endereçamos a complexidade de sermos um shopping exclusivo, voltado a um público de alto poder aquisitivo e, ao mesmo tempo, inclusivo e catalizador das mudanças que queremos ver no mundo. Por meio dos eventos solidários, usamos o nosso poder de influência para ampliar as oportunidades em diferentes camadas da sociedade que estão em situação de vulnerabilidade.



PARQUE SHOPPING BELÉM

Parque Bengui de Informática: a educação transforma vidas!



O projeto Parque Bengui de Informática (PBI), criado em 2018, é uma iniciativa do Parque Shopping Belém, com realização do Instituto IRIS e parceria da Microlins e UNAMA – Universidade da Amazônia. Anualmente, são oferecidas cerca de 100 vagas para alunos vinculados a duas instituições sociais do bairro do Bengui, onde está instalado o shopping – o Movimento Emaús e o Espaço Tia Anizia – além de colaboradores de campo do shopping e seus familiares. Além das aulas de informática, eles passam por mentorias e atividades culturais, com o objetivo de ampliar a capacitação profissional e desenvolver habilidades sociais e pessoais ligadas ao ambiente corporativo. Mais que uma formação técnica, o PBI representa uma ferramenta poderosa na construção de sonhos. Uma abordagem completa, que faz com que os participantes desenvolvam habilidades para o mercado de trabalho, mas também promovam um crescimento pessoal, transformando não só a vida dos alunos, mas das suas famílias e toda a comunidade.

No Prudenshopping, a inclusão e a diversidade são mais que valores; são a essência da sua missão. Em 2023, destaca-se o Projeto Integra Ação Pruden como uma jornada de sensibilidade e inclusão, com foco especial no autismo. O foco foi amplificar as vozes e experiências dos autistas e suas famílias. Foram realizadas exposições artísticas, sessões de cinema gratuitas no projeto “MoviecomTodos”, um Papai Noel treinado para lidar com crianças com TEA e demarcadas vagas especiais nos estacionamentos. Além disso, foi criado um podcast dedicado ao tema, buscando promover a conscientização e o entendimento sobre o autismo. O Integra Ação Pruden, vai além da realização de eventos, é sobre transformar vidas e construir uma sociedade mais inclusiva e acolhedora. Celebram a diferença e respeitam cada indivíduo, redefinindo o conceito de inclusão no shopping. Essas ações permanentes refletem o propósito genuíno de construir um mundo onde todos tenham seu lugar.



PRUDENSHOPPING
Projeto Eco Pruden

O Prudenshopping é uma referência em inovação e sustentabilidade, posicionando-se como um centro comercial pioneiro em ações verdes no coração do Oeste Paulista, região com 57 municípios. A jornada pela sustentabilidade começou com programas de coleta seletiva e conscientização ambiental, refletindo o compromisso com o planeta e as futuras gerações. Essas iniciativas não se limitam às paredes do shopping; elas têm um impacto significativo na sociedade. No Pruden, o sucesso não é apenas medido por números, mas pelo impacto positivo gerado na comunidade onde ele está inserido e na construção de um futuro mais verde e sustentável para todos, através de ações como: redutor de vazão de água nas torneiras, coleta seletiva de alumínio, papelão, lixo orgânico, óleo de cozinha, lacres, tampinhas, bitucas de cigarro que são transformadas em cadernos e blocos para as escolas, iluminação 100% em LED, ações sociais que arrecadam toneladas de doações de roupas, alimentos e brinquedos.

Boas práticas no escritório...

- Controle da quantidade de impressões e incentivo ao uso das 02 faces das folhas de papel;
- Adote seu copo - Os colaboradores possuem garrafinhas e canecas, o que representa uso quase zero de copos plásticos descartáveis;
- Iniciativa para reduzir o consumo de energia, apagando as luzes e desligando o ar condicionado ao sair do ambiente;
- Há separação de papéis, rascunhos e outros descartáveis e a destinação correta ao lixo reciclável;
- Implementação de fotocélulas para acionamento e monitoramento de iluminação conforme a necessidade.

NÚMEROS DA SUSTENTABILIDADE SOCIAL

+1.800 ROUPAS	+1.500 BOLSAS DE SANGUE	4 EXPOSIÇÕES
+1.700 KG ALIMENTOS	+200 BRINQUEDOS	+2.400 PARTICIPANTES

RIOMAR FORTALEZA

Grupo JCPM – RioMar Fortaleza e IJCPM promovem loja social de customização de abadás



O RioMar Fortaleza e o Instituto JCPM de Compromisso Social promoveram em julho de 2023 a Ação Social de Customização de Abadás para o Fortal, um dos maiores carnavais fora de época do Brasil. Durante seis dias, o empreendimento disponibilizou uma loja de 627.22 m² para 22 costureiras da Associação Arte e Costura do Vicente Pinzón, bairro da periferia de Fortaleza, personalizarem as camisas que dão acesso ao evento. A ação contou com investimento de mais de R\$ 30 mil para a criação do espaço, incluindo aluguel de 26 máquinas de costura e curso de capacitação com duração de 80 horas para todas. Nesse sentido, o RioMar Fortaleza mobiliza toda a cadeia de lojas, tornando-se ponto de referência para ação do Fortal. Também se posiciona como espaço que reconhece o potencial do seu entorno, caso do Vicente Pinzón, oportunizando geração de renda para costureiras da comunidade. Em 2023, foram customizados cerca de mil abadás, totalizando cerca de R\$ 50 mil arrecadados, valor dividido entre elas.



RIOMAR FORTALEZA

Grupo JCPM – RioMar Fortaleza – coletivo transcende: empregabilidade de pessoas trans



Estado que ocupa o 1º lugar no Nordeste e 3º no Brasil no ranking de assassinatos de pessoas trans (Dossiê Antra 2023), o Ceará recebe uma iniciativa para promover a inclusão e proteção para essa população. Trata-se do Coletivo Transcende, criado em 2023 pela unidade do Instituto João Carlos Paes Mendonça de Compromisso Social (IJCPM) no RioMar Fortaleza, com acolhimento psicológico, capacitação profissional, promoção de saúde, cidadania e empregabilidade, com orçamento de R\$ 2 mil anuais e valor incalculável na vida dos participantes. A partir das prioridades definidas pelo grupo de jovens transgênero do entorno do shopping do Grupo JCPM na capital cearense, são modelados planos de ação. Para isso, o Coletivo articula parcerias com a Secretaria de Diversidade do Ceará, Centro de Referência Thina Rodrigues, Ministério Público, Senac, entre outras. A ação promove ainda a cultura de Diversidade e Inclusão junto aos lojistas do shopping para a contratação de pessoas trans.

SALVADOR NORTE SHOPPING

Grupo JCPM – Salvador Norte: “régua e compasso” para incentivar negócios locais



No varejo, quando criatividade e inovação caminham juntas são transformadoras não apenas de negócios, mas de vidas. O Salvador Acelera é um exemplo disso. Ele nasceu a partir da área de inovação do Grupo JCPM e consiste em identificar empreendimentos com potencial e “acelerar” seu desenvolvimento oferecendo mentoria, suporte e subsídios temporários para que ele se torne lojista do shopping. É um projeto pioneiro e criativo, com práticas de sustentabilidade, responsabilidade social e geração de valor, que abraça duas vertentes importantes: apoia empreendedores da comunidade, contribuindo para sua profissionalização, ao mesmo tempo que complementa o mix do shopping center. A loja Atacadão dos Cabelos, de uma afro empreendedora, foi selecionada para estrear o projeto. Através da união de profissionais de Marketing, Arquitetura, Comercial e o envolvimento do Instituto João Carlos Paes Mendonça, a marca ganhou, “régua e compasso” para abertura de sua 1ª loja em um shopping, no Salvador Norte.



SALVADOR SHOPPING

Grupo JCPM – Salvador Shopping apaga luzes e desliga som para receber pessoas com TEA

Há exatamente um ano, o Salvador Shopping e suas 500 lojas abrem as portas, em todo último sábado do mês, com todos os equipamentos que emitem som e luz desligados. Tudo isso, para possibilitar um passeio funcional às pessoas com o Transtorno do Espectro Autista (TEA), que têm dificuldade de processar estímulos como sons, luzes, cores, texturas e cheiros. A iniciativa, que ganhou o nome de “Hora Silenciosa”, é inédita no Brasil e surgiu da observação do grande número de crianças com TEA nos eventos que o shopping já realizava. O primeiro passo foi contratar uma consultoria especializada para entender o cenário e as alternativas para receber esse público de maneira confortável. O engajamento de lojistas e colaboradores proporcionou a consolidação desse projeto, que, hoje, além de um ambiente adequado para as pessoas do espectro, é uma referência e um espaço real de lazer e entretenimento para essas famílias.



SHOPPING ABC

Conscientização e aprendizado: Shopping ABC recebe educadores e alunos em visitas guiadas



Para impactar seus 800 mil frequentadores por mês, o Shopping ABC segue em constante inovação nas ações sustentáveis. As iniciativas acabam se tornando uma vitrine de boas práticas para o varejo e sociedade, trabalhando em conjunto com seus clientes, lojistas e parceiros. O reflexo desses resultados se estende na procura de educadores e estudantes para uma visita nas instalações do empreendimento, na qual, eles conhecem todos os projetos realizados diariamente, como a Eco-loja, Central de Resíduos, Compostagem, Estação de Tratamento de Água de Reuso e Horta Colaborativa. A procura de escolas públicas e privadas, cursos técnicos e universitários move a equipe de operações em um tour guiado pelas dependências. Após uma breve apresentação, o shopping entende o objetivo da visita e sugere uma ronda pelos locais de interesse, sendo uma visita completa, principalmente, atendendo às crianças, ou somente em alguns projetos, que seja de interesse para determinados cursos técnicos ou graduação.



SHOPPING CAMPO GRANDE

Doação de alimentos o ano inteiro em parceria com programa SESC Mesa Brasil



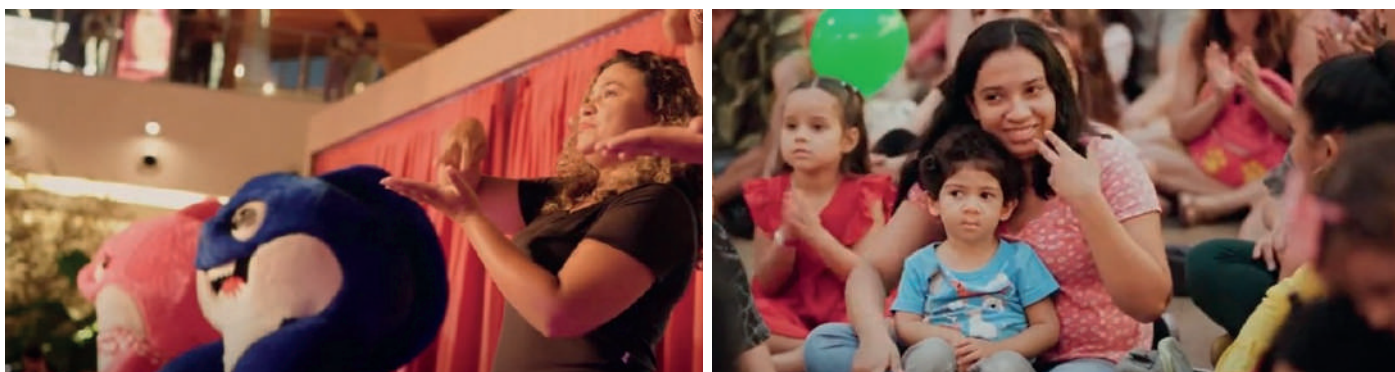
O Programa Sesc Mesa Brasil é uma rede nacional de banco de alimentos que tem como objetivo contribuir para a promoção da cidadania e a melhoria da qualidade de vida de pessoas em situação de vulnerabilidade social. O Shopping Campo Grande firmou parceria com o programa nas campanhas promocionais, como um sistema de benefícios para todos que se veem engajados a doar alimentos. O Shopping Campo Grande foi o pioneiro e maior influenciador ao adotar o programa como uma forma de alavancar doações atrelando-o à suas campanhas na região de Campo Grande (MS), afinal, hoje todos os concorrentes diretos do shopping e lojas de varejo já trabalham com esse sistema de beneficiar os participantes que doarem alimentos. As doações acontecem em diferentes campanhas ao longo do ano, beneficiando famílias que hoje se veem amparadas pelo Programa Sesc Mesa Brasil em parceria com o Shopping Campo Grande, e com a esperança reacendida por ter a certeza que a comida chegará em vossos pratos.

SHOPPING CENTER IGUATEMI BOSQUE

Praça do Bosque – Um novo espaço de conexão e preservação



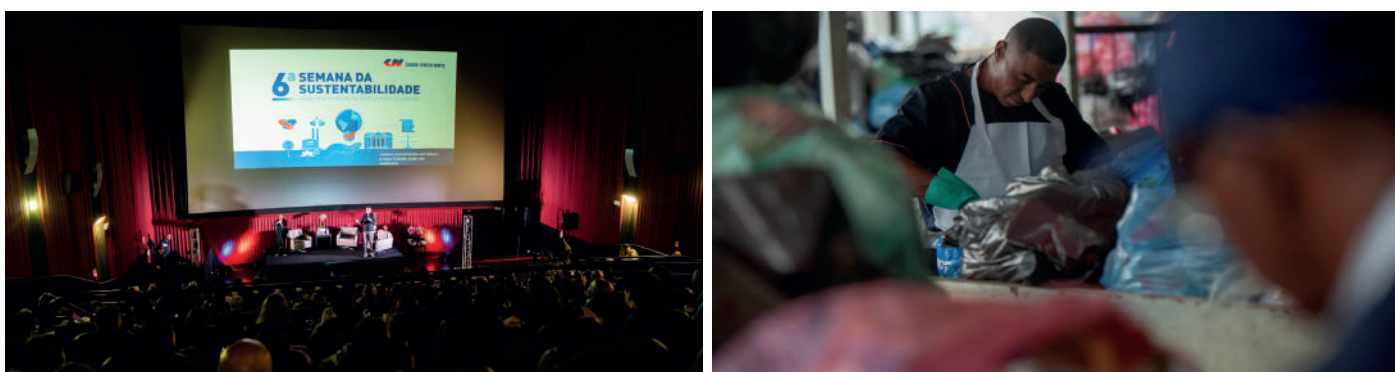
A grande maioria dos shoppings do Brasil oferecem programações de entretenimento infantil no seu calendário permanente e o Iguatemi Bosque não é diferente, a diferença é a maneira inclusiva que realizamos isso. A Arena Iguatemi, nosso teatrinho infantil que agora se chama Clubinho do Iguatz, diverte a família cearense com apresentações que acontecem de forma gratuita, que estão sempre lotadas e divertem crianças de todas as idades. Um dos pilares da nossa área de ESG é a diversidade e inclusão, portanto, para deixar a programação mais inclusiva, o Iguatemi Bosque foi o primeiro shopping do país a implementar um intérprete de libras, desde 2022, proporcionando a inclusão nesse tipo de evento. Uma simples atitude que ajudou a transformar a diversão de muitas crianças.



SHOPPING CENTER NORTE

Shoppings da Cidade Center Norte: Primeiros do mundo com certificação global sustentável

Construindo um sólido legado na agenda de sustentabilidade, os Shoppings Center Norte e Lar Center, integrantes da Cidade Center Norte, celebram o reconhecimento como os primeiros shoppings do mundo a possuírem o selo do Sistema B – movimento global de empresas que usam os seus negócios para a construção de um sistema econômico mais inclusivo, equitativo e regenerativo para as pessoas e para o planeta. Esta é mais uma inovação do Grupo Baumgart, que, desde a construção de seus empreendimentos, se compromete com a adoção de práticas mais sustentáveis. A renomada certificação exige que o empreendimento atenda a requisitos ambientais, sociais e de governança. Alinhado com essas exigências, a Cidade Center Norte tem implementado medidas que visam diminuir a geração de resíduos, priorizar o cuidado com seus colaboradores e stakeholders, além de reduzir a emissão de gases poluentes, promovendo uma gestão ética, transparente, inclusiva e diversa.



Inaugurado no dia 5 de junho, Dia Mundial do Meio Ambiente, o Projeto Recicla, é uma iniciativa do Shopping Center Rio Claro para transformar sobras de alimentos da Praça de Alimentação em adubo orgânico, para ser utilizado nos jardins do empreendimento e distribuído gratuitamente para os clientes. O projeto conta com uma composteira, uma máquina que reaproveita o descarte de alimentos orgânicos e o transforma em adubo, utilizando um processo biológico. Além de valorizar a imagem do empreendimento, todas as etapas do projeto são realizadas pela equipe orgânica do Shopping que produz o composto. O mesmo também é oferecido de forma gratuita para os clientes, que podem levar para suas casas e cuidar dos seus jardins e plantas.

**SHOPPING**
Cidade dos Lagos**SHOPPING CIDADE DOS LAGOS**

Natal Essencial



Em um gesto que simboliza amor ao próximo, o Shopping Cidade dos Lagos apresentou o “NATAL ESSENCIAL”, um momento que transcendeu barreiras e abraçou toda a comunidade, incluindo aqueles com deficiência visual e auditiva. Este projeto foi mais que teatro, música ou dança, foi um momento de inclusão e diversidade. Pela primeira vez em Guarapuava, uma apresentação se transformou em um ambiente acessível e acolhedor, onde todos puderam sentir o espírito natalino através de múltiplos sentidos. Com o apoio de intérpretes, a comunidade surda experimentou a magia das luzes e diálogos em uma apresentação vibrante e emocionante. Cada detalhe foi planejado para comunicar a alegria e beleza do Natal de maneira universal. Além disso, para a comunidade cega, foi criada uma experiência tátil, permitindo que explorassem e sentissem o encanto da decoração e através de uma autodescrição, o Papai Noel contou em detalhes, como era sua vestimenta. Juntos, tornamos o Natal não apenas visível, mas também essencial para todos.

Com o maior jardim vertical da América Latina, uma arquitetura moderna garantindo o máximo aproveitamento da luz natural, estação própria de tratamento de efluentes e a busca permanente das melhores práticas ESG, o Shopping Metropolitan Barra decidiu ampliar suas iniciativas ambientais fomentando a conscientização da sociedade sobre outra frente fundamental para a preservação do meio ambiente: o lixo. Assim nasceu a Eco Met. Toda a infraestrutura de destinação de resíduos foi revisada, com substituição de lixeiras, instalação de pia para despejo de líquidos remanescentes na Praça de Alimentação. Colaboradores e lojistas foram engajados com campanhas educativas, enquanto os clientes vivenciaram experiências exclusivas de estímulo à sobre o cuidado com o planeta e consumo consciente. Mais de 24 mil pessoas foram impactadas pelo Eco Met, que ganhou destaque também nas mídias sociais e na imprensa carioca.



O Shopping Metropolitan Barra entende sua responsabilidade como agente de transformação social. Embora localizado no coração do Centro Metropolitan, cercado por complexos futurísticos e acelerada urbanização, o empreendimento reconhece a realidade contrastante das comunidades vizinhas e, em junho 2023, o empreendimento iniciou uma parceria com a ONG Nóiz, da Cidade de Deus, voltada a preservar projetos culturais da ONG por meio de investimento financeiro e integrando atividades em sua programação de entretenimento. Em apenas seis meses, 200 crianças, jovens e adultos foram beneficiados com a parceria que financia aulas de dança, teatro, música, reforço escolar e alfabetização, promoveu apresentação dos alunos no empreendimento e realizou uma festa de Natal exclusiva para os assistidos. Em outra frente, o shopping center incluiu a parceria em sua estratégia de Comunicação, estimulando a conscientização e o engajamento de outras empresas e pessoas em agendas de responsabilidade social.

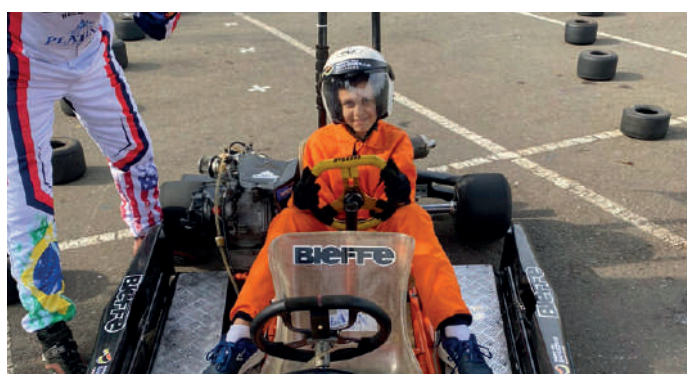


SHOPPING PARQUE DAS BANDEIRAS

Projeto Kart Terapia



O Kart Terapia é um projeto concebido pelo piloto Gene Fireball e implementado no Shopping Parque das Bandeiras. O projeto tem como objetivo oferecer momentos de diversão, emoção e terapia para crianças e adolescentes com neurodiversidade e PCD (pessoa com deficiência). Adaptados para mobilidade limitada, as corridas de karts proporcionam uma experiência emocionante e libertadora, contribuindo para o desenvolvimento emocional, concentração e sociabilização dos participantes. Com 160 sessões em três meses, o projeto beneficiou 480 crianças, promovendo bem-estar e integração social. Os karts especialmente adaptados para mobilidade limitada não apenas permitem que esses jovens participem ativamente das atividades, mas também os capacitam a experimentar a adrenalina e a liberdade que o mundo da velocidade oferece. Cada sessão não é apenas um momento de pura diversão, mas também uma oportunidade para esses participantes explorarem suas habilidades e superarem desafios.



SHOPPING PARQUE DAS BANDEIRAS

Projeto Ban Cuida



O projeto BAN Cuida, desenvolvido pelo Shopping Parque das Bandeiras, nasceu com o objetivo de traçar um papel importante não só para comunidade ao entorno do shopping, mas também para os lojistas e colaboradores do BAN. O projeto consiste em levar informação de qualidade relacionada à saúde e bem-estar para o público-alvo. Boa parte das ações são desenhadas em parceria com os núcleos de saúde da PUC Campinas, Unicamp e a Prefeitura de Campinas. As ações acontecem mensalmente e vão desde doação de sangue, exames de mamografia e campanha de vacinação (todas dentro do shopping e gratuitas) até ações de conscientização como: Conscientização sobre o retino blastoma, câncer de laringe, saúde e segurança no trabalho, etc.



SHOPPING PARQUE DAS BANDEIRAS

Projeto – Sessões Azul no BAN



O Shopping Parque das Bandeiras desenvolveu um projeto pioneiro em Campinas para inclusão de crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA), oferecendo atividades adaptadas como Kart Terapia, sessões especiais de cinema e eventos educativos. O projeto visa não apenas entreter, mas também educar e integrar a comunidade, promovendo uma compreensão mais profunda sobre o TEA e fortalecendo a inclusão social. Desde o início de 2023, o shopping tem adotado um compromisso contínuo de integrar a inclusão de crianças com TEA em todas as suas atividades, com eventos meticulosamente planejados para maximizar o acesso e participação deste público. O projeto se destaca pela abordagem holística e integrativa, adaptando cada experiência às necessidades específicas do público com TEA e colaborando com instituições locais para oferecer palestras e oficinas educativas. O feedback tem sido positivo, com mais de mil crianças impactadas até o momento, demonstrando o sucesso e a importância do projeto.



SHOPPING PARQUE DAS BANDEIRAS

Projeto – Lixo Zero

Durante o ano de 2023, o Shopping Parque das Bandeiras, como um espaço de grande impacto ambiental e social, tornou-se Lixo Zero mediante ao reconhecimento e o compromisso de contribuir para a melhoria da qualidade de vida nas comunidades presente do entorno do empreendimento. Transformações nos processos de coleta e na correta destinação de resíduos impactam diretamente no pilar de sustentabilidade, que resultou no atingimento da taxa de 91% de reciclagem de todos os resíduos gerados pelo shopping, sendo este um incrível resultado dentro da companhia, além do reconhecimento na aplicação de boas práticas e a se tornar o primeiro empreendimento da Ancar Ivanhoe a ser considerado Lixo Zero.



SHOPPING PÁTIO BELÉM

Empresa Amiga da pessoa com deficiência



O Shopping Pátio Belém é reconhecido como Empresa Amiga da Pessoa com Deficiência devido às suas diversas e contínuas ações inclusivas. Nossa missão vai além de oferecer produtos e serviços; buscamos construir um ambiente verdadeiramente acolhedor e acessível para todos os nossos visitantes. Ao longo de nossa trajetória, temos realizado uma série de iniciativas para promover a inclusão e a acessibilidade. Além das adaptações físicas para garantir a acessibilidade arquitetônica, como rampas e banheiros adaptados, desenvolvemos programas como a Incluir Treinamentos, capacitando nossos colaboradores para oferecer um atendimento cada vez mel.



SHOPPING PRAÇA DA MOÇA

ESG na essência – transformação nos 15 anos do shopping Praça da Moça



This Redemption Statement has been produced for
CONDOMÍNIO DO SHOPPING PRAÇA DA MOÇA - CNPJ: 09.281.025/0001-85
by
TRINITY ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A
confirming the Redemption of
7 518.000000
I-REC Certificates, representing 7 518.000000 MWh of
electricity generated from renewable sources.



Ao longo do ano de 2023, o Shopping Praça da Moça passou por importantes intervenções nos sistemas energético, hídrico e de ar-condicionado central, com intuito de reduzir impactos ambientais, implantar tecnologias de alta performance e otimizar custos operacionais aos lojistas do empreendimento. Foi realizado retrofit na Central de Água Gelada (CAG), atingiram Autossuficiência Hídrica ao implantar uma Estação de Tratamento de Água por captação de poço artesiano e uma Estação Produtora de Água de Reuso. Além disso, migraram toda a matriz energética do empreendimento para fonte totalmente renovável, sendo 100% eólica com certificação e rastreio desde a sua geração. Além da modernização da planta e contribuição ao meio ambiente, conseguiram uma relevante economia financeira, repassada aos lojistas, reforçando o pilar de governança no negócio.

O SP Market lançou uma iniciativa marcante em sua trajetória, estabelecendo uma agenda de ações sociais para atender públicos com diversas necessidades. Intitulado “SP Market Solidário”, esse projeto abraça uma série de projetos sem fins lucrativos com o propósito de amparar, fomentar e conscientizar a sociedade. Com uma média mensal de 800 mil visitantes, o shopping vai além de um espaço comercial e se transforma em um ambiente de engajamento social. Inicialmente planejado para desenvolver uma ação a cada dois meses, o “SP Market Solidário” superou expectativas, realizando dez projetos e beneficiando mais de 12 organizações não governamentais e inúmeras pessoas. Entre as iniciativas, é possível destacar: a doação da receita do estacionamento em quatro dias do ano para apoiar os idosos e promover a conscientização sobre seus cuidados, campanhas regulares de doação de sangue, arrecadação de alimentos, coleta de agasalhos e a mobilização para a coleta de ração destinada a cães e gatos.



SHOPPING VITÓRIA

SV Social: unindo corações para transformar vidas

O Shopping Vitória, alinhado às demandas mais urgentes da sociedade, traz em seu DNA o apoio a organizações do Terceiro Setor através de ações promovidas pelo seu programa SV Social. Por meio dessa iniciativa, anualmente inúmeras famílias em vulnerabilidade social são beneficiadas com projetos nas áreas da educação, saúde, assistência social e sustentabilidade. Recebem apoio financeiro, fomento e visibilidade por todo o Espírito Santo. Desde 2016, o selo SV Social unifica esses projetos, conferindo cada vez mais relevância e inspirando a participação de toda a sociedade. O objetivo maior e razão de ser do SV Social é o combate à desigualdade. Para amplificar seu alcance são veiculadas campanhas que impactam cerca de 1,2 milhão de clientes por mês. Desta forma, conquistamos recursos indispensáveis às necessidades básicas de famílias capixabas, melhorando sua qualidade de vida e devolvendo sua dignidade.



O Instituto SYN nasceu para apoiar o desenvolvimento das comunidades vizinhas aos empreendimentos administrados por seu grupo controlador, SYN Prop Tech: Shopping Cidade São Paulo, Tietê Plaza, Shopping D e Grand Plaza, Shopping Metropolitan Barra e Shopping Cerrado. O ISYN visa a promoção da empregabilidade, fomento ao empreendedorismo, desenvolvimento de cultura, relacionamento e estímulo ao voluntariado. Com 20 projetos implementados somente no ano passado, se consolidou como um agente de transformação social nas comunidades onde está presente. Com um investimento de R\$ 4,5 milhões, o ISYN triplicou o número de beneficiados com seu programa de iniciativas de impacto social, alcançando mais de 458 mil pessoas, e estimula a maior aderência dos públicos com a correta comunicação de suas ações, que alcançaram mais de 1 mil pessoas nas redes sociais e ganharam destaque em 153 matérias na imprensa em 2023.



SYN

Junto e misturado: lojas colaborativas transformando vidas



O Instituto SYN vem transformando vidas no entorno dos shopping centers da SYN Prop Tech com as lojas colaborativas Junto e Misturado. Com a parceria do Sebrae, Instituto Ecoar, Aliança Empreendedora e os quatro empreendimentos do Grupo em São Paulo, o programa vem formando novos empreendedores em todas as etapas exigidas para a criação de um negócio próprio, desde a elaboração de um business plan até precificação, marketing, vendas on-line até o desenvolvimento de habilidades socioemocionais e, finalmente, a fase prática, oferecendo espaço para as vendas em um shopping center do grupo. A iniciativa encerrou 2023 com cerca de 200 pessoas beneficiadas, ocupando todas as vagas abertas anualmente nas lojas colaborativas e com crescimento de vendas de 16% em relação a 2022. Cerca de 10 participantes abriram seus negócios próprios ao final do ciclo de um ano do programa e a grande maioria dos novos lojistas formados descreve a experiência como um grande divisor de águas em suas vidas.

VENTURA SHOPPING

Ventura Shopping amigo da natureza com consciência ambiental e gestão operacional



Cada vez mais a preocupação com a preservação ambiental e o impacto que os empreendimentos podem causar à natureza e a sociedade é tema de diversas discussões a fim de mitigar prejuízos irreversíveis. Os desequilíbrios vistos em todo mundo chocam e causam insegurança. Dessa forma, o shopping center tem um papel fundamental de estudar soluções e tecnologias para promover a conservação e melhorar a eficiência dos recursos naturais, em especial da água. Além disso, a sustentabilidade exerce forte influência nos consumidores de shopping centers, os quais buscam opções mais sustentáveis e locais que adotem tais práticas. Considerando-se diretamente responsável, o Ventura Shopping implementou um sistema de captação de água pluvial para reduzir o consumo de água. A utilização do recurso natural do poço artesiano e a reutilização de água consciente, reduzem os impactos e geram economia sustentável.



WEST SHOPPING RIO

Diversão Azul – Sessão exclusiva para crianças autistas

O projeto 'Diversão Azul' é uma iniciativa do West Shopping, estabelecida em 2019, com o propósito de promover a inclusão de crianças autistas e sensibilizar a comunidade sobre o Transtorno do Espectro Autista (TEA). Através de sessões de cinema especialmente adaptadas para atender às necessidades específicas dessas crianças, o projeto busca não apenas oferecer entretenimento, mas também fomentar a aceitação e o entendimento em relação ao TEA. A crescente demanda pelo evento na região, agora realizado em duas salas e com inscrições online gratuitas, destaca a significância e o impacto positivo dessa iniciativa na comunidade, reforçando seu papel na promoção de um ambiente mais inclusivo e acolhedor.



—• CATEGORIA

TECNOLOGIAS E

CAMPANHAS DIGITAIS





AD SHOPPING

Vend.AÍ: solução de vendas online, com IA e logística integrada, sem custo para o Lojista

Comprar pelo WhatsApp não seria nenhuma inovação no varejo, principalmente em função da pandemia, que contribuiu para o hábito de compras digitais. Pesquisamos diversas soluções no mercado e o desafio era desenvolver uma ferramenta que não tivesse custos (taxas adesão, % sobre vendas, split pagamento, integração de estoque) dos marketplaces para lojistas de Shopping Center. O vend.AÍ – desenvolvido com exclusividade pelo Grupo AD – é uma solução de vendas online via WhatsApp de cada Shopping com Inteligência Artificial e Chatbot para facilitar o atendimento inicial do cliente, que pode realizar compras de forma simples em todas as lojas dos shoppings; com opção de receber em casa (com integração logística nacional para entregas via delivery) ou retirar o produto na loja, SEM CUSTO para os lojistas. Além deste grande diferencial, o formato de aplicativo possibilitou pulverizarmos a plataforma nos celulares de cada vendedor das lojas, ampliando a capacidade de atendimento e vendas.



ALLOS

Sorteios mensais: baixo custo com alta efetividade encantando e engajando consumidores



O objetivo do projeto alinhado aos valores da ALLOS é melhorar a experiência do consumidor nos shoppings, aumentar vendas e reduzir custos de marketing a partir da iniciativa de sorteios perenes que ocorrem mensalmente em oito shoppings dentro do Programa de Benefícios de cada shopping. Neste case, destacamos como geramos venda e recorrência de visitas através de realização de sorteios mensais com premiação de baixo custo envolvendo negociação direta com lojistas e comunicadas aos consumidores desses oito shoppings membros do Programa de Benefícios. Com isso aumentamos o engajamento no programa e incentivamos compras ao longo do ano e não apenas em grandes datas do varejo, uma inovação que de forma contínua garante redução de custos de marketing para a ALLOS.

COMUNICAÇÕES SOBRE OS MENSAIS | EXEMPLOS DE PEÇAS

2023:
128 sorteios perenes ao longo do ano em 8 shoppings ALLOS dentro do Programa de Benefícios
Média de 7,4 mil participantes por sorteio, somando mais de 950 mil participações em 2023
Milhares de comunicações enviadas via e-mail, push e SMS aos clientes desses shoppings

CASE SORTEIOS MENSIS | EXEMPLO: SHOPPING TAMBORÉ COMPARATIVO AGOSTO 2023

agosto
Sorteio Mensal Programa de Benefícios
KITS STANLEY
Participantes: 11,3 mil
Receita capturada através do sorteio: R\$ 7,2 milhões
Custo premiação: R\$3 mil

agosto
Sorteio Mensal Vale Viagem
VALE VIAGEM R\$30mil
Participantes: 15,2 mil
Receita capturada através do sorteio: R\$ 10,5 milhões
Custo premiação: R\$30 mil

BOULEVARD SHOPPING BRASÍLIA

Momentos no Mall – Um corredor por vez



Dois reais ou uma transformação misteriosa? E, assim, quatro clientes aleatórias foram escolhidas para viver transformações de visual, com coloração pessoal, banho de loja e cuidados no salão. Uma tendência das redes sociais virou uma série de 12 mini episódios para o Instagram produzida diretamente pela equipe de Marketing do Boulevard Shopping Brasília. O projeto, barato e bem-produzido, foi elaborado para celebrar o Dia Internacional da Mulher dando check em várias caixinhas que um bom conteúdo digital hoje deve cumprir: ser inspirador, simples, cativante, acolhedor, sem superprodução e com uma pegada de reality show. Brincando entre a criatividade e o desejo de mudar, a campanha demonstrou como as redes sociais podem ser utilizadas de forma estratégica, indo além das dancinhas passageiras, para criar conteúdo autênticos que colocam o cliente no centro. O projeto aumentou em 50% as interações nas redes sociais do shopping e deixou o público querendo mais.

BOULEVARD SHOPPING BRASÍLIA

Projeto Inadimplência IA: automação de processos de cobrança



O Boulevard Shopping Brasília embarcou em uma jornada de transformação para revolucionar seu processo de cobrança, impulsionando não apenas os resultados financeiros, mas também o bem-estar da equipe. Guiados pela visão de inovação e eficiência, o objetivo era não só melhorar os números, mas trazer uma nova dimensão à experiência de trabalho. Utilizando ferramentas de ponta, como Inteligência Artificial, Excel e VBA, a equipe automatizou o processo de cobrança sem impactar em custos e ainda liberou um tempo valioso para os colaboradores. Os resultados foram da reversão da inadimplência prevista para um saldo positivo, até a criação de estratégias personalizadas de relacionamento com os lojistas, fortalecendo parcerias de longo prazo. Movida pela paixão por inovar, a iniciativa teve como base o foco nas pessoas. O projeto não só impulsionou os resultados financeiros, mas também redefiniu a experiência da equipe, que agora tem mais tempo para se dedicar ao que realmente importa.



Boulevard Shopping Brasília

Guiados pela visão de inovação e eficiência, melhoramos os números e trouxemos uma nova dimensão à experiência de trabalho.

EM 03 MESES FOI POSSÍVEL REDUZIR

7,1 PONTOS PERCENTUAIS

NO COMPARATIVO DE INADIMPLÊNCIA BRUTA DE 2023 CONTRA 2022



JK SHOPPING & TOWER

Gestão Comunicação Digital JK Shopping – Inclusão & Pertencimento

O patrimônio digital do JK Shopping vem sendo construído desde o seu dia um. Como parte da estratégia do empreendimento, sempre se apoiaram nas redes sociais para compensar a limitação de investimentos em mídia tradicional. Para isso, utilizam nas redes sociais uma linguagem solta e coloquial muito próxima aos valores da clientela frequentadora do centro de compras. Graças a uma excelente Gestão Digital no ano de 2023, foram capazes de aumentar ainda mais a presença do shopping nas redes sociais, estreitando a relação entre o mall e seu público-alvo. O senso de pertencimento – reforçado por porta-vozes do próprio shopping (funcionários do shopping, das lojas e os próprios clientes) – também fortaleceu os vínculos do JK com a clientela. A comemoração dos 10 anos do shopping ainda oportunizou este incremento de tráfego, audiência e engajamento, fazendo do JK Shopping um protagonista nas redes sociais de shoppings no DF e aumentando em muito sua voz.



MANAUARA SHOPPING

Parque PKXD e Pet Virtual



O parque PKXD foi uma iniciativa inédita em Manaus, que proporcionou uma experiência imersiva e única durante as férias escolares de 2024, destacando-se pela capacidade de conectar o mundo digital do jogo PKXD, com mais de 3 milhões de usuários, ao universo real. Com atrações como Crazy Run, giro radical e tobogã com piscina de bolinhas, o evento atraiu crianças para atividades físicas e lúdicas que lembravam locais dentro do jogo, servindo de ponte entre as dimensões virtual e real. A oferta de um Pet exclusivo, o “Boto cor-de-rosa”, para quem brincasse por uma hora, incentivou a exploração do jogo online, enquanto a colaboração com influenciadores nacionais ampliou o alcance e atração do evento. A alta demanda pelo Pet raro e o retorno das crianças ao evento evidenciam o sucesso, que se refletiu também na arrecadação de mais de R\$ 200 mil em bilheteria, marcando o projeto como um marco de inovação e entretenimento.





MOOCA PLAZA SHOPPING

Omnicanalidade de verdade no Mooca Plaza Shopping

PROGRAMA DE BENEFÍCIOS

Gerando recorrência e concentração de compras no shopping

ALLOS



O projeto Omnicanalidade de Verdade do Mooca Plaza consiste em uma estratégia completa na integração de canais de vendas físicos e digitais, com objetivo de gerar incremento de vendas, além de reconhecer os hábitos de consumo dos clientes e impactá-los de maneira segmentada e assertiva, gerando maior conversão. Por meio de seu Programa de Benefícios, oferece estímulos como descontos, experiências, entre outros, para que clientes concentrem as compras no shopping, gerando recorrência e preferência de consumo. Também faz parte do ecossistema omnicanal o Assistente de Compras (WhatsApp), onde é possível comprar em todas as lojas em um contato e link único de pagamento ou também pelo site. Como resultado, essa integração alavancou as vendas, evidenciando o êxito da abordagem omnicanal. O Mooca Plaza proporciona uma experiência de compra “figital”, alinhando-se às preferências dos clientes em seus diferentes momentos de consumo e oferece soluções estratégicas para seus parceiros comerciais.

Oferece todo o ecossistema que compõe a plataforma de vendas físicas e online do Mooca Plaza

ALLOS

PROGRAMA DE BENEFÍCIOS Clientes entram as suas faturas de suas compras na APP do Shopping e recebem recompensas como descontos, experiências, entretenimento e brindes.	ASSISTENTE DE COMPRAS Através do WhatsApp do Mooca Plaza, o cliente mantém sua interação em qualquer loja do Shopping, pagando através de link único e recebendo as compras em qualquer loja.	SISTEMAS INTEGRADOS COM FOCO NO CLIENTE E LOJISTA
SHOPPING ONLINE No site do Shopping é possível fazer as compras de forma mais comodidade e do forma e.gil, passando pelo catálogo online da loja para receber em casa com toda a comodidade.	PARCEIROS EXTERNOS O site de venda possibilita de se também comprar através de marketplace parceiros presentes em todas as lojas do Shopping, como por exemplo o Ponto.	

MULTIPLAN

Acesso Multi: Free Flow na Experiência em Shoppings



Em 2024, a Multiplan completa 50 anos, com 20 shoppings e dois complexos de torres corporativas localizados em alguns dos mais importantes mercados consumidores do país. Juntos eles somam 930 mil m² de área bruta locável. São mais de 6 mil lojas que recebem cerca de 200 milhões de visitas anualmente e movimentaram em 2023, R\$ 22 bilhões em vendas. Em 2023, os estacionamentos desses shoppings registraram 50 milhões de passagens de veículos. Só para se ter uma ideia do que esse volume representa, segundo dados do Ministério dos Transportes, a frota total do Brasil atualmente é de mais de 61 milhões de automóveis. Para o nosso perfil de consumidores, os carros são os meios de transportes mais utilizados e fazem parte do dia a dia das grandes cidades. E esse foi o desafio e a oportunidade que enxergamos com o Acesso Multi, o primeiro sistema de estacionamentos free flow (sem cancela) em shoppings da América Latina, inteiramente concebido, desenvolvido e implementado pela Multiplan.

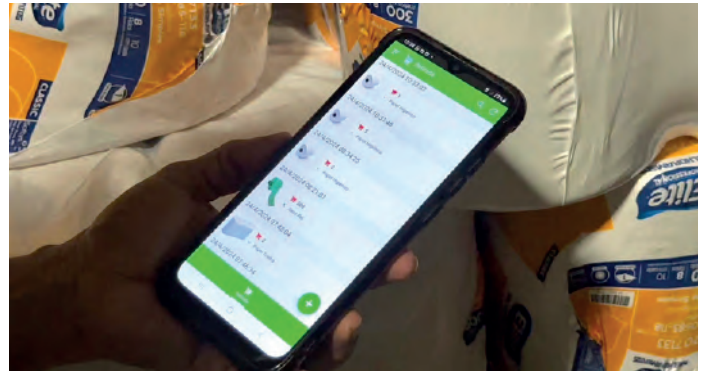
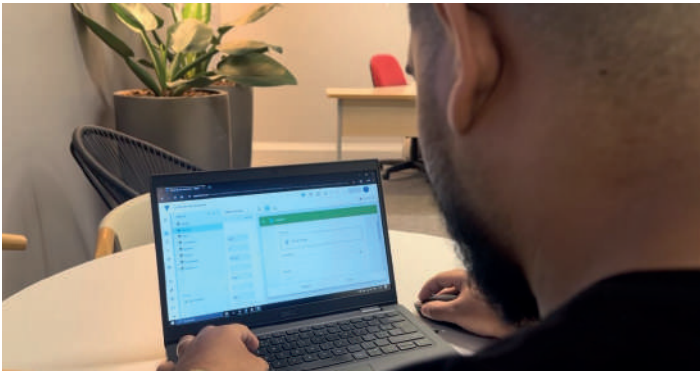




NORTH SHOPPING FORTALEZA

QOP Management APP

A necessidade de aprimorar o controle de consumo de descartáveis em shopping centers levou ao desenvolvimento do aplicativo QOP (Quantity of Product Management) no North Shopping Fortaleza, utilizando a plataforma AppSheet da Google. Este aplicativo permite um controle tecnológico e móvel, eliminando a necessidade de papel, com um controle mais preciso e em tempo real. O sistema proporciona um estoque mais organizado e simplifica o dia a dia dos usuários, reduzindo os gastos com renovação de material. Essa solução resolve um problema enfrentado pela maioria dos shopping centers atualmente, enquanto contribui para a redução do uso de papel e a modernização dos processos manuais. Com isso, promove-se uma gestão mais eficiente e sustentável dos recursos.



PÁTIO SAVASSI

Pátio Savassi: Tracking na ativação integrada do mall

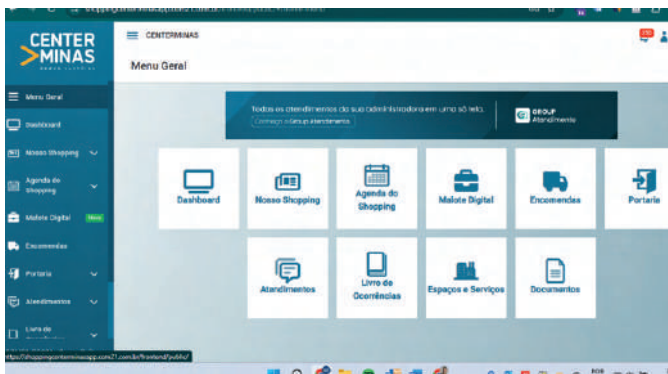
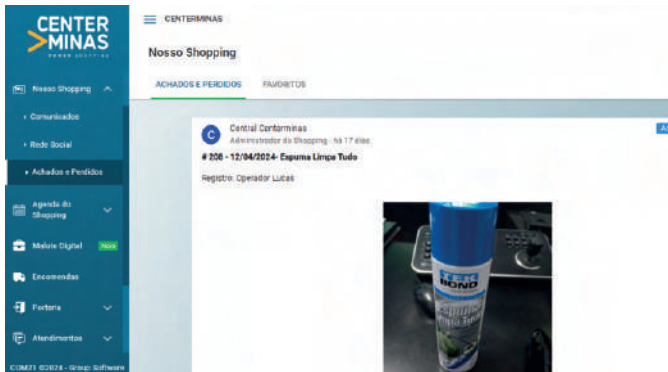


O Pátio Savassi traz, não apenas a inspiração do nome, como também toda a essência do bairro onde está localizado. Inundado por luz natural e ar fresco, sua atmosfera reflete a vida vibrante e sofisticada do seu entorno. Em sua arquitetura, completamente conectada à cidade, os corredores lembram as mesmas calçadas por onde desfilam, desde a década de 1930, as tendências que ajudaram a moldar o comportamento, a moda e o lifestyle da capital mineira. Mas para estar no coração da Savassi, seu desenho precisou se integrar à assimetria da cidade, assumindo contornos sinuosos. Um desafio de fluxo e uma oportunidade para construir uma nova lógica de tracking de eventos que convidam o público a explorar novos percursos no mall, aliando exposições, à tecnologia, gamificação e claro, criatividade.



POWER SHOPPING CENTERMINAS

COM 21: Gestão do dia a dia dos lojistas na palma da mão



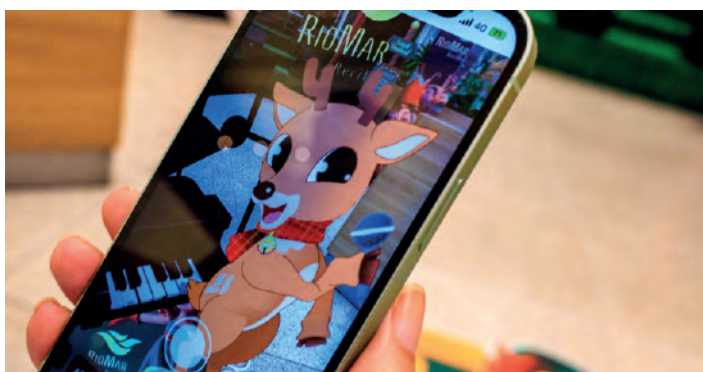
O aplicativo COM 21 representa uma inovação significativa na gestão interna dos lojistas no Shopping CenterMinas, fornecendo uma plataforma centralizada e abrangente para facilitar as operações comerciais. Com uma gama abrangente de funcionalidades, incluindo relatórios de vendas consolidados, comunicação interna eficiente, solicitação de serviços ágil e acompanhamento detalhado de encomendas, o aplicativo se torna um aliado indispensável na otimização da eficiência e na integração das atividades dos lojistas. Sua constante evolução e adição de novas funcionalidades refletem o compromisso do shopping em atender às necessidades em constante mudança do mercado e proporcionar uma experiência cada vez mais aprimorada aos seus parceiros comerciais. Além disso, o COM 21 fortalece os laços de colaboração entre os lojistas e a administração do shopping, estabelecendo uma base sólida para o sucesso coletivo e a excelência operacional.

RIOMAR RECIFE

Grupo JCPM RioMar Recife – Natal digital além da imaginação



Inspirar o público a se transportar para um “NATAL ALÉM DA IMAGINAÇÃO” foi a estratégia do Marketing do RioMar Recife para o Natal 2023, ao integrar experiências físicas com inovações tecnológicas diversas dentro de uma narrativa autoral emocionante. Fogscreens, realidade virtual, hiper-realismo, gamificação, realidade aumentada, animação em 3D, Live Action e agendamento das visitas via App foram alguns dos recursos utilizados para levar visitantes a atravessarem um túnel mágico, viajarem de tremó e ensinarem renas a voar, entre outras vivências memoráveis guiadas por um storytelling único com 30 personagens exclusivos. Concepção criativa do Marketing do RioMar Recife em parceria com empresas de tecnologia resultaram em oito ações digitais exclusivas presentes nos cinco pisos do mall, dando vida à cenografia e ao imaginário do público. A inovação também esteve a serviço da inclusão, com acesso gratuito e brinquedos acessíveis a pessoas com deficiência, em um Natal solidário e cheio de sentidos.

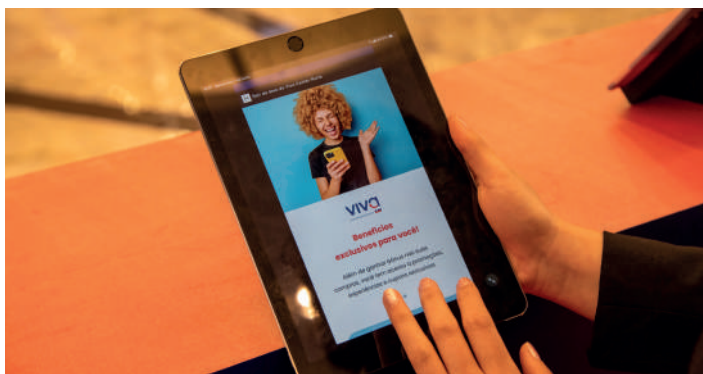




SHOPPING CENTER NORTE

Viva Center Norte: Cashback em dobro e benefícios exclusivos impulsionam vendas

Lançado em 2023, o Viva Center Norte é mais do que um programa de benefícios: é um clube que conecta clientes e lojistas ao Shopping. Em sua estratégia de omnicanalidade, oferece uma experiência integrada que facilita a jornada do cliente e otimiza processos. O programa também oferece cashback (para uso na loja onde a compra foi feita) e supercashback (cashback em dobro para ser utilizado em qualquer loja participante do programa). O Viva permite o agendamento de visitas a eventos e atividades, libera cupons exclusivos e dá acesso a ações aceleradoras e de relacionamento. O clube opera como um eficiente CRM para diferentes áreas do negócio, ao reunir dados importantes dos clientes, previamente autorizados seguindo a LGPD, o que leva ao desenvolvimento de ações personalizadas e a fidelização dos consumidores. As pesquisas apontam o sucesso do Viva: sete em cada 10 clientes concordam que o clube melhora seu relacionamento com o Shopping e quase 80% já aproveitaram algum tipo de benefício.



SHOPPING ELDORADO

Construindo pontes entre Pets e Pessoas: o impacto do Espaço Pet no Shopping Eldorado



O Espaço Pet no Shopping Eldorado foi concebido em resposta ao aumento de clientes que levam seus animais de estimação aos shoppings. Inaugurado em setembro de 2023, o Espaço oferece uma experiência inovadora, com mobiliário confortável, estação de descanso para os pets e uma parceria inédita de entrega de pedidos em parceria com o aplicativo Pede Pronto. Além disso, o espaço promove eventos para tutores e animais. Desde sua abertura, atraiu mais de 1.540 pets e 4.400 tutores em poucos meses, com um aumento significativo em dezembro. O sucesso do Espaço Pet reflete a demanda crescente por experiências de alta qualidade para este público, indicando um potencial contínuo de crescimento e inovação no mercado de cuidados e entretenimento para animais de estimação.



SHOPPING PARQUE DAS BANDEIRAS

Projeto – AI à moda antiga



O projeto “AI à Moda Antiga” realizado em 2023 no Shopping Parque das Bandeiras, propôs uma abordagem inovadora para as comemorações do Dia dos Namorados, combinando tradição e muita tecnologia. Por meio da assistente virtual do Shopping, a Ana, os clientes foram guiados na criação de cartas de amor personalizadas para seus amados. Ao compartilharem características e os momentos mais marcantes, a Ana (assistente virtual do BAN) elaborava mensagens exclusivas, proporcionando uma experiência nostálgica, afetuosa e super tecnológica. Os clientes também tiveram a oportunidade de imprimir, caso quisessem, fotos Polaroid instantâneas para incluir nas cartinhas, resgatando o charme das fotografias física, esse era o encontro perfeito do digital com o analógico.

SHOPPING SP MARKET

SP Market é 1º shopping do Brasil a divulgar produtos de lojas físicas no Google Shopping

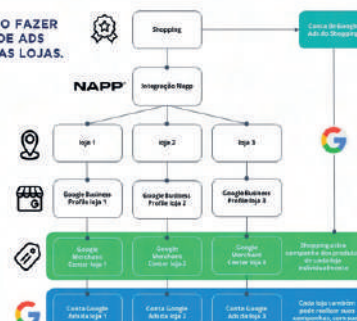


O SP Market é, oficialmente, o primeiro shopping do Brasil a expor produtos de lojas físicas no Google Shopping. Trata-se de uma ação inovadora com total integração entre o físico e o digital que facilita a jornada do cliente, utilizando a geolocalização para conectar os consumidores aos produtos disponíveis nas lojas físicas do shopping, fazendo com que a experiência seja mais completa e cômoda. A plataforma desenvolvida em conjunto com o Google e a Napp Solutions automatiza o processo de divulgação dos produtos, permitindo que os lojistas se concentrem nas demandas da loja física. Com acesso a uma variedade de produtos do Google, os lojistas podem cadastrar seus estoques de forma simples e automatizada. Essa parceria inédita aumenta a visibilidade da marca e resolve o desafio geral dos empreendimentos em torno da gestão manual de estoques, liberando tempo para outras atividades comerciais.

ESTRUTURA

LOJAS COM ONBOARDING NA PLATAFORMA, PODENDO FAZER CAMPANHAS E O SHOPPING OPERANDO UMA CONTA DE ADS TAMBÉM PODE FAZER CAMPANHAS EM FAVOR DAS LOJAS.

1. Shopping escolhe as lojas para participarem do Programa de Fidelidade;
2. Napp integra estoque e preço das lojas, após contrato de concessão de dados;
3. Juntamente com o marketing da loja, a Napp realiza os ajustes (se necessário) no Perfil de Negócios do Google de sua integração;
4. Após a integração, na primeira entrada de dados, há o mapeamento e encaminhamento de dados de catálogo das lojas participantes;
5. Shopping envia as lojas para a realização do onboarding na Plataforma Napp;
6. Pela Plataforma Napp, o varejista escolhe os produtos que estarão disponíveis para campanhas no Merchant Center;
7. Quando o varejista quiser criar uma campanha de Loja do Smart Campaign, ele pode fazê-lo pela plataforma de maneira descomplicada;
8. Com conexão via Napp ao Merchant Center, há a possibilidade de criar campanhas de produtos que o varejista escolheu, por meio de sua conta de Google Ads conectada ao Merchant Center de lojas participantes;
9. As campanhas de Shopping serão criadas no nível de loja (Merchant Center) e poderão ter previsibilidade de investimento por campanha (foto) e todos os relacionos de performance disponíveis na Plataforma Google Ads;
10. As campanhas de Shopping serão ativadas sempre com o nome de cada loja, com as palavras associadas para vincular a loja e endereço e rua do shopping.



CLIPPING





SHOPPING SP MARKET

Exclusivo no Brasil, SP Market traz maior parque multimídia interativo do mundo

O SP Market trouxe, com exclusividade para o Brasil, a maior rede de parques multimídia interativo do mundo: o Hello Park. A rede que possui mais de 30 operações espalhadas por diversos países como Estados Unidos, Inglaterra, Coréia do Sul, Espanha, Dubai, entre outros e escolheu o empreendimento para ser sede da primeira unidade em território brasileiro, que foi inaugurado no dia 1º de julho de 2022. O Hello Park apresenta um novo conceito de diversão em um formato de educação e entretenimento, em 1.500 m², que permite uma conexão do universo multimídia atrelado a realidade, com brincadeiras para pular, escorregar e até pintar. Com o slogan “O Melhor dos Mundos”, o espaço incentiva crianças e adultos a interagirem com o mundo virtual em atividades que movimentam todo o corpo e a criatividade. O espaço, em seus seis primeiros meses, já se tornou destino de famílias e escolas de todo o país e atraiu mais de 180 mil pessoas.



TERRAZO SHOPPING

Campanha de Comunicação Terrazo Shopping 100% Digital



O Terrazo Shopping, um empreendimento moderno e inovador que possui área construída de 74.265 m² e uma área bruta locável de 30.810 m² e que foi oficialmente lançado com uma estratégia de comunicação totalmente digital em julho de 2023. A campanha, meticulosamente planejada, aproveitou as plataformas online e as redes sociais para atingir seu público-alvo de forma envolvente. Com foco na captação e disponibilidade de lojas, informação dos diferenciais de entretenimento e lazer bem como interatividade e na experiência do futuro cliente, o projeto utilizou vídeos, imagens e conteúdos dinâmicos para transmitir a essência e os diferenciais do shopping criado desejo por parte do público que estava conhecendo o shopping no pós-pandemia e ainda mais conectado as plataformas digitais. A estratégia digital permitiu uma segmentação precisa do público, alcançando potenciais clientes de maneira direcionada e personalizada.





Inspirado no renomado Natal Luz de Gramado, o Uptown Barra se transformou em um cenário de encanto, repleto de luzes cintilantes, decorações deslumbrantes e uma atmosfera festiva que aqueceu corações. A programação do “Natal Magia da Luz” ofereceu uma variedade de experiências encantadoras. Grandes elementos instagramáveis, que foram atração para fotos de toda família, uma linda cortina de luzes, que atraiu a atenção dos passantes, uma árvore de 12m de altura e o Papai Noel em sua aconchegante casinha, distribuindo sorrisos e abraços calorosos às crianças. Para divulgar o maior Natal do Uptown de todos os tempos, criamos uma super estratégia digital composta de um plano completo de posts no feed do Instagram, mais investimento em tráfego pago (meta ads e google ads), mais ativações digitais do Papai Noel com os lojistas, mais influenciadores orgânicos e pagos e uma ação de cartinhas digitais para o bom velhinho.

