

**“IRMÃES” É O TEMA DA CAMPANHA DE DIA DAS MÃES DOS SHOPPINGS DA SONAE SIERRA BRASIL**

*Campanha valoriza a diversidade ao mostrar que ser mãe é uma experiência diferente para cada mulher e realiza dois debates sobre o papel de ser mãe com a presença da youtuber Hel Mother*



**São Paulo, Maio de 2017 - A Sonae Sierra Brasil**, empresa especialista em shopping centers, lança sua campanha de Dia das Mães, nesta terça-feira, 02 de maio, que seguirá até 14 de maio. Com o mote **“Irmãs”**, a ação valoriza a diversidade ao mostrar que ser mãe é uma experiência única e diferente para cada mulher, repleta de amor e aprendizados, em que dificuldades e conquistas podem ser compartilhadas,

pois há muitos desafios em comum.

“Queremos cada vez mais construir uma relação verdadeira com os frequentadores dos nossos shoppings, trazendo discussões do dia a dia para estimular reflexões importantes. Neste Dia das Mães, pretendemos mostrar que não há certo ou errado na maneira de criar e educar os filhos, que cada mulher vive esse momento de um jeito diferente.”, destaca Laureane Cavalcanti, Diretora de Marketing e Comunicação da Sonae Sierra Brasil.

As peças contam as experiências de cinco mães, destacando histórias que estão no cotidiano materno. Uma das personagens, é a youtuber Helen Ramos, do canal Hel Mother, que é o retrato fiel de uma mulher que não busca os padrões tradicionais de ser mãe, mas valoriza a autonomia e a criatividade das mulheres.

A campanha, assinada pela agência global de Comunicação Integrada Edelman Significa, será veiculada na TV aberta e fechada, peças on e offline, rádio e mídia out of home. A youtuber Hel Mother terá uma programação especial em seu canal durante o período. "Fico feliz em participar de uma campanha que promove a reflexão do quanto a empatia é necessária para o bem-estar de uma mãe, e em consequência para a sociedade”, destaca Helen.

A empresa promoverá em dois shoppings um encontro sobre o tema para seus visitantes. Marcado para os dias 09 e 11 de maio, das 19h às 20h, nos shoppings Plaza Sul (São Paulo, SP) e Manauara (Manaus, AM) respectivamente, o debate reunirá a youtuber Hel Mother juntamente com especialistas no tema, entre pediatras e psicólogos, para discutir a maternidade e diferentes experiências de mães, de uma forma leve e divertida.

Para envolver os visitantes no clima da campanha, serão instaladas nos shoppings as palavras Mãe e Amor, em 3D, com altura de 1,20m, para que os visitantes do shopping possam interagir e tirar fotos, assim como acontece em diversos pontos turísticos do mundo todo.



Participam da campanha os dez shoppings administrados pela empresa: Shopping Penha, Shopping Campo Limpo e Shopping Plaza Sul (São Paulo/SP), Shopping Metrópole (São Bernardo do Campo/SP), Franca Shopping (Franca/SP), Parque D. Pedro Shopping (Campinas/SP, Manauara Shopping (Manaus/AM), Uberlândia Shopping (Uberlândia/MG), Boulevard Londrina Shopping (Londrina/PR) e Passeio das Águas Shopping (Goiânia/GO).