

## Campanha destaca as vantagens da Black Friday no varejo físico

A Black Friday já se consolidou como uma data de relevância no varejo brasileiro. De acordo com estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), este ano as transações podem chegar a R\$ 2,43 bilhões, um aumento de 15% em comparação ao ano anterior. Para promover os benefícios das compras no varejo físico, dez shoppings da **Sonae Sierra Brasil** promovem, de 21 a 25 de novembro, a campanha **“Descontos gigantescos que vão tirar você da Internet”**.

Para contar essa história, a campanha traz uma linguagem criativa que brinca com dois ícones da internet: o Pin, sinônimo de localização nos mapas on-line, que nas peças é usado para indicar a Black Friday do mundo físico, ou seja, nos shoppings, e com a voz feminina de um famoso aplicativo de navegação, que conversa com os consumidores de forma robótica e divertida no filme e no spot de rádio.

A campanha é assinada pela Edelman e inclui filme de TV e Pay TV, spots de rádio, mídia programática e estratégia para mídias sociais com veiculação no Instagram e Facebook, além de peças em mídia impressa com jornal, OOH e DOOH.

A comunicação com o cliente será complementada com um Catálogos de Produtos impresso em formato tablóide, que serão distribuídos diretamente aos visitantes dos shoppings, além de serem encartados em jornais e revistas em algumas praças. O material terá ainda uma versão digital, que será disponibilizada nos sites dos empreendimentos. Alguns destaques serão ainda veiculados nas páginas de Facebook e Instagram dos shoppings.

“Vamos apresentar os shoppings como uma boa opção para aproveitar os descontos da data de forma prática e segura, com vantagens como a de poder experimentar e levar o produto para casa na hora”, comenta Laureane Cavalcanti, Diretora Executiva de Marketing e Comunicação da Sonae Sierra Brasil. “queremos destacar as vantagens da compra imediata, sem a preocupação de um processo de troca, cobrança de frete ou qualquer outro desdobramento comum na compra on-line”, finaliza a executiva.

Participam da campanha: Shopping Penha, Shopping Campo Limpo e Shopping Plaza Sul (São Paulo-SP), Shopping Metr pole (São Bernardo do Campo-SP), Franca Shopping (Franca-SP), Parque D. Pedro Shopping (Campinas-SP), Manauara Shopping (Manaus-AM), Uberlândia Shopping (Uberlândia-MG), Passeio das  guas Shopping (Goiânia-GO) e Boulevard Londrina Shopping (Londrina-PR).

# PRESS RELEASE



## FICHA TÉCNICA

**CLIENTE:** Sonae Sierra Brasil

**TÍTULO:** Black Friday – Descontos gigantescos que vão tirar você da Internet

**PRODUTO:** Shopping Center

**DATA DA PRODUÇÃO:** Novembro/2018

**AGÊNCIA:** Edelman

**DIRETOR DE PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO:** Rogério Gonçalves

**CRIAÇÃO:** João Selare, Juliana Furtado, Lucas Freire e Fernando Contato

**RTVC:** Bruno Souza

**PLANEJAMENTO:** Tais Pinheiro

**VP DE ATENDIMENTO:** Marcilia Ursini

**ATENDIMENTO:** Fernanda Carvalho, Mariana Leme, Bárbara Camargo e Julia Santos

**MÍDIA:** Rodolfo Peixinho, Carla Fisher, Andressa Silva e Felipe Almeida

**PRODUTORA:** Tincat Studio

**DIREÇÃO:** Sérgio Filho

**PRODUTORA DE SOM:** Cria Cuervos

**ILUSTRAÇÃO:** Tincat Studio

**APROVAÇÃO CLIENTE:** Laureane Cavalcanti, Joana Corsi e Dalete Viana

**RELACIONAMENTO COM IMPRENSA E INFLUENCIADORES:** Ana Sartor, André Moraes, Kátia Silva e Adrieli Garzim

## **Sobre a Sonae Sierra Brasil**

A Sonae Sierra Brasil ([www.sonaesierrabrasil.com.br](http://www.sonaesierrabrasil.com.br)) é uma empresa especialista em shopping centers e uma das principais proprietárias, desenvolvedoras e administradoras do Brasil. A companhia é proprietária de 9 shopping centers em operação: Plaza Sul e Campo Limpo (São Paulo-SP), Shopping Metrôpole (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), e administra mais um shopping de terceiros, Shopping Penha (São Paulo-SP), totalizando 474,7 mil m2 de Área Bruta Locável (ABL) e 2.103 lojas. A sustentabilidade é uma das preocupações essenciais da Sonae Sierra Brasil, presente em todas as áreas da empresa. A empresa foi a primeira do setor a certificar os seus Sistemas de Gestão Ambiental (norma ISO 14001) e de Gestão de Segurança & Saúde (norma OHSAS 18001), distinções que atestam a qualidade e as boas práticas implementadas nessas áreas. A Sonae Sierra Brasil também investe em inovação através do Digital Experience, programa que tem por objetivo conectar os consumidores com os centros de compras, por meio de inovação tecnológica contínua, como serviços digitais e sociais, interatividade e experiências digitais indoor.

## **Contatos para a imprensa:**

### **Edelman**

Kátia Silva | [katia.silva@edelman.com](mailto:katia.silva@edelman.com) | (11) 3060-3110

André Moraes | [andre.moraes@edelman.com](mailto:andre.moraes@edelman.com) | (11) 3060-3138

Ana Sartor | [ana.sartor@edelman.com](mailto:ana.sartor@edelman.com) | (11) 3066-7786