

Galeria Magalu, conceito inovador de varejo, abre as portas na Avenida Paulista, em São Paulo

Loja no Conjunto Nacional é a materialização do ecossistema Magalu e abriga suas cinco marcas de varejo: Magazine Luiza, Netshoes, Época Cosméticos, KaBuM! e Estante Virtual

Com mais de 4 mil metros quadrados, será um espaço que une consumo ao legado de cultura e arte do espaço, com café, teatro e uma extensão da Pinacoteca



São Paulo, 8 de dezembro de 2025. Com o conceito inovador que reúne digital e físico em mais de 4 mil metros quadrados, a Galeria Magalu será oficialmente inaugurada e aberta ao público nesta terça-feira, 9 de dezembro. Localizada no Conjunto Nacional, na Avenida Paulista, a megaloya materializa o ecossistema do grupo com a presença de suas cinco marcas de varejo — Magazine Luiza, Netshoes, Época Cosméticos, KaBuM! e Estante Virtual —, além de abrigar áreas dedicadas a ativações e *live commerce* de parceiros. A Galeria também mantém o legado de arte e cultura do espaço, que por anos abrigou a principal loja da Livraria Cultura, ao hospedar um teatro e uma exposição de arte, com curadoria da Pinacoteca de São Paulo. A oferta de diferentes atividades em um mesmo espaço deve atrair 90 mil pessoas por mês e fazer da Galeria Magalu a maior unidade física de vendas, entre as quase 1250 lojas atualmente em operação.

“Há muito tempo, sonhávamos com uma loja na Avenida Paulista, o endereço mais conhecido da maior cidade do Brasil”, diz Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magalu. “Agora, esse sonho se realiza de uma forma muito especial, com ousadia, inovação e inclusão.”

Para Frederico Trajano, CEO do Magalu, a concepção e inauguração da Galeria conclui, de forma emblemática, o último ciclo estratégico da companhia, marcado pelo desenvolvimento de um ecossistema formado por diferentes negócios que se complementam e que potencializam as operações físicas e digitais. “Sempre acreditamos na omnicanalidade, que é um de nossos grandes diferenciais competitivos”, afirma Trajano. “Mas a Galeria é muito mais que isso: é físico e digital, é consumo, ponto de encontro da cidade, espaço de produção de conteúdo, acesso à cultura e à arte. Não existe nada parecido no país.”

INOVAÇÃO

Alinhada ao seu conceito único, a Galeria Magalu traz uma curadoria do que há de melhor e mais exclusivo para dezenas de marcas. Uma das atrações da megaloja é a Casa da Lu, influenciadora virtual da companhia, que tem mais de 32 milhões de seguidores nas redes sociais. O local, sob a gestão do Magalu Ads, é um *brand place* com painéis interativos e a simulação dos cômodos de uma residência, onde marcas poderão expor inovações, promover ações, transmitir *lives commerce* e se relacionar com o público diverso da Avenida Paulista. A anfitriã poderá interagir com os visitantes por meio de painéis de led e holografia.

O conceito de *brand place* se estende a diversas áreas da Galeria Magalu, sempre com o objetivo de promover experiências. Um exemplo é a decoração de Natal da Disney na “praça de convivência”, produzida em parceria com a BandUp Store e que acolhe o público ao longo de todo o mês de dezembro. A loja oferece, ainda, uma assistência técnica oficial da Apple, a segunda da marca no Brasil.

CULTURA

Para manter a tradição cultural do local, a Galeria Magalu conta com a primeira loja física da Estante Virtual, dedicada à venda de livros novos e usados, o Teatro YouTube – Sala Eva Herz e uma galeria de arte que receberá exposição de peças do acervo da Pinacoteca de São Paulo, um dos maiores e mais importantes museus brasileiros. Como arte e cultura combinam com café, o We Coffee é o responsável por levar sabor e inovação, com sobremesas e bebidas que só estarão disponíveis na Galeria, além do seu cardápio tradicional.

A operação de um espaço com usos tão diversos demandou um processo específico para a seleção e treinamento dos 175 colaboradores das áreas de vendas, estoque e caixa. No dia a dia, esses profissionais usarão uma coleção de uniformes exclusivos, desenhados pelo

estilista Rafael Caetano, inspirados na cidade de São Paulo. As peças refletem as características das marcas do grupo em uma mistura de alfaiataria e streetwear.

A unidade funcionará das 9h às 21h, de segunda a sábado, e das 10h às 18h, aos domingos. Na data da inauguração, 9 de dezembro, a Galeria receberá o público a partir das 11h30. A programação das ações na megaloja será divulgada na página do Instagram @galeriamagalu.

Confira os destaques de cada espaço:

- **Casa da Lu**

Destaque da Galeria Magalu, a Casa da Lu fica no piso térreo e passa a ser a “morada” da maior influenciadora virtual do varejo mundial. O espaço reproduz áreas como sala, cozinha, quarto, academia e escritório, nas quais as marcas do grupo e parceiros poderão expor inovações, criar ações de interação com o público e transmitir lives. O closet da Lu, por exemplo, será inaugurado com uma seleção de produtos de sportstyle, corrida e treino das marcas Fila e New Balance, vendidos pela Netshoes.

Com a Lu como anfitriã, o espaço une a omnicanalidade presente na cultura do grupo Magalu com a promoção de experiências interativas e multiplataformas. A Casa da Lu será inaugurada com a exposição de produtos de marcas parceiras como Electrolux, Samsung, New Balance, Fila e Wella, além de ativações das Tintas Coral e Zap Imóveis.

- **Netshoes**

A área dedicada ao maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país apresenta no 2º piso o melhor do seu mix de produtos, contemplando todas as atividades, times e preferências, além de um sortimento especial para crianças. O público será recepcionado por um manequim em movimento, vestido com peças comemorativas da marca Asics para a corrida São Silvestre, que terá, no dia 31 de dezembro deste ano, a maior edição de sua história.

Os consumidores terão à disposição serviço de personalização de camisas de futebol e tênis, além de ativações das marcas, com destaque para a exposição da bola oficial da adidas para a Copa do Mundo de 2026. O público também pode esperar a presença de atletas para as sessões de autógrafos nas próximas semanas.

- **Época Cosméticos**

O primeiro espaço físico do e-commerce líder no mix de perfumaria, dermos e cosméticos no Brasil fica no 2º piso, onde os consumidores terão acesso a, pelo menos, 90 marcas nacionais e internacionais. A loja será a primeira do país a ter à disposição dos clientes um *skin scanner*, equipamento que ajuda a analisar o tipo e as condições de cada pele, além de recursos interativos e digitais de experimentação de produtos.

O portfólio reúne grifes de luxo ainda pouco presentes em lojas físicas no país (como Chanel, Dior, Jo Malone, Parfums de Marly e Guerlain), um lançamento internacional (a coreana

Tirtir) e marcas fenômeno nas redes sociais (incluindo as assinadas pelas influenciadoras Bruna Tavares, Franciny Ehlke, Mari Saad e Boca Rosa). O espaço conta com uma área para a Turma da Lu, dedicada ao público infantil, com produtos adequados a cada faixa etária.

- **KaBuM!**

A loja do maior e-commerce de tecnologia e games da América Latina transformou o 1º piso da Galeria Magalu em uma Arena Gamer. Com dez super máquinas disponíveis para o público, o espaço receberá campeonatos e mostrará do que os ninjas são capazes.

Tudo isso cercado do melhor mix de equipamentos para os apaixonados pelos esports para levar à Avenida Paulista todo o universo gamer da marca. Lá também será possível montar PCs a partir das necessidades específicas dos clientes, aposta da empresa para turbinar as experimentações e as compras.

- **Estante Virtual**

A curadoria da primeira loja física da Estante Virtual, o maior portal de venda de livros usados e novos do país, reúne *best sellers*, lançamentos e exemplares raros como “300 Discos Importantes da Música Brasileira”, de Charles Gavin — um dos títulos mais disputados em sebos de todo o país.

O espaço fica localizado no 2º piso, ao lado do We Coffee, onde o cliente poderá desfrutar de sua leitura e bebidas favoritas. Para ajudar a decidir qual título levar para casa, a loja da Estante Virtual conta com um painel interativo com indicações de leitura de acordo com o gosto do leitor. A loja, que terá seu próprio clube do livro e encontros mensais com autores, ainda oferece uma área para lançamento de publicações e sessões de autógrafos.

- **Espaço Pina**

Instalado no piso térreo, com entrada pela Alameda Santos, o Espaço Pina leva à Avenida Paulista parte da riqueza do acervo da Pinacoteca de São Paulo com o objetivo de aproximar o que há de melhor na arte do público diverso da Avenida Paulista.

A exposição inaugural, “Jogo de Cena — obras do acervo da Pinacoteca de São Paulo”, reforça essa proposta de diálogo e heterogeneidade. Com curadoria do diretor-geral do museu, Jochen Volz, a mostra explora as múltiplas dimensões da representação do corpo e da teatralidade na arte brasileira. As primeiras peças expostas são de artistas de diferentes gerações, como Bajado, Francisco Brennand, Liuba Wolf, Miguel dos Santos e Kássia Borges.

O local é “abraçado” pelo painel *Onde a Linha Equilibra o Eu* (foto), da artista paulistana Soberana Ziza, comissionado especialmente para o espaço. Ao longo do tempo, outras das 12.000 obras da Pinacoteca poderão ser expostas no Espaço Pina.

- **Teatro YouTube**

Localizado no 2º piso da Galeria Magalu, o Teatro YouTube, Sala Eva Herz, é uma parceria entre Magalu, Google e a Aventura na criação de um hub de expressão cultural, tecnológica e artística instalado dentro da Galeria Magalu. Com conceito também inovador, o espaço será palco para programações online e offline, como espetáculos de teatro tradicionais e produção de conteúdos digitais.

O Teatro YouTube conta com estruturas de LED, cortinas retráteis e 161 lugares. Administrado pela Aventura, maior gestora de equipamentos culturais do país, o espaço é o segundo no mundo a ganhar o nome da plataforma de vídeos do Google. O primeiro foi inaugurado em 2021, em Los Angeles, na Califórnia.

- **We Coffee**

Reconhecida pelos menus criativos, a cafeteria fica ao lado da Estante Virtual e da entrada do Teatro YouTube, no 2º piso da loja. Batizada de “We Coffee ft Galeria Magalu”, a unidade oferece sobremesas exclusivas: uma inspirada na própria Galeria Magalu (mousse de maracujá com recheio de baunilha e geleia framboesa) e outra em homenagem à Lu, influenciadora virtual da marca (um pudim de leite condensado com caramelo).

Sobre o Magalu. *Desde maio de 2011, o Magalu é uma empresa listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de quase 1.250 lojas, em 20 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e Kabum!), mais de 360 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery aíqfome. O app da companhia é acessado por mais de 50 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.*

IMPRENSA MAGALU**André Vendrami**andre.vendrami@novapr.com.br**Caio Biasi**caio.biasi@novapr.com.br**Fernanda Muchão**fernanda.muchao@novapr.com.br**Luiza Freitas**luiza.freitas@novapr.com.br