

TV, bola, camisa, bebida e petisco: Magalu patrocina transmissões da Copa do Mundo para vender tudo que a torcida brasileira precisa

- *Será a Copa do #TemNoMagalu. Pela primeira vez, a empresa vai promover todo o seu ecossistema de negócios. Produtos oferecidos vão das telas – TVs, smartphones e tablets – a itens de mercado*
- *Inserções publicitárias também serão usadas para divulgar produtos e serviços e empresas do grupo, como Netshoes, KaBuM! e AiQFome*
- *Pacote inclui milhares de inserções na TV Globo, SporTV, Globo.com e Globoplay*

São Paulo, 25 de maio de 2022. O Magalu, empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, acaba de fechar o patrocínio completo das transmissões da Copa do Mundo de Futebol do Catar feitas com exclusividade pelo sistema Globo – por meio da TV Globo e sportv, além de conteúdos veiculados no ge e Globoplay, plataformas nas quais a marca estará presente.

Esta será a Copa do #TemNoMagalu. Pela primeira vez, a empresa usará o pacote de patrocínio das transmissões de um grande evento para divulgar todo o seu ecossistema de negócios. As campanhas promoverão desde as tradicionais ofertas de telas – aparelhos de TV, smartphones e tablets, por meio dos quais o torcedor poderá acompanhar os jogos – até itens de esportes, mercado e moda. O inventário adquirido no pacote também será usado para a divulgação das empresas que formam o ecossistema Magalu – Netshoes, maior e-commerce de artigos esportivos do país, KaBuM!, Época Cosméticos e o delivery de restaurantes AiQFome. Juntamente com os mais de 180 000 sellers do marketplace, o Magalu oferece cerca de 66 milhões de itens, das mais diversas categorias de produtos.

“Esse investimento mostra o quanto estamos confiantes no reflexo da Copa do Mundo em nossos negócios. Historicamente, independente do cenário econômico, o evento sempre trouxe resultados positivos e, neste ano, que temos um portfólio muito mais completo de produtos, acredito que o reflexo será ainda maior”, diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. “Em um país apaixonado por futebol, como é o Brasil, a Copa do Mundo é sempre especial para o varejo. De TV a bola e chuteira, o que o consumidor quiser comprar, vai encontrar no Magalu.”

Na Globo, o Magalu estará presente na publicidade de todos os jogos ao vivo e transmissões. Haverá ainda inserções nos canais por assinatura, e mídia digital no ge, Globoplay e podcasts.

Ecossistema

Nos últimos anos, o Magalu desenvolveu um ecossistema de negócios que oferece em seu SuperApp as categorias de Eletrodomésticos, TV e Vídeo, Informática, Moda, Beleza e Perfumaria, Esportes, Mercado, entre outras. Nesta Copa, a categoria esportes será representada principalmente pela Netshoes, líder no varejo esportivo digital, comprada pelo Magalu em 2019. A Netshoes oferecerá aos clientes desde os uniformes dos países participantes do torneio até a Al Rihla, bola oficial da Copa do Catar, que também será vendida com exclusividade nas mais de 1 400 lojas físicas do Magalu.

A categoria Mercado entrará na campanha com ofertas de produtos como bebidas e petiscos. Todos os canais de venda – app, site e lojas – estarão presentes em anúncios com ofertas de TVs, smartphones e tablets para que os consumidores acompanhem a Copa mais multitela da história. Segundo um levantamento do Facebook, oito em dez brasileiros pretendem acompanhar os jogos da Copa 2022.

Esta é a segunda vez que o Magalu patrocina as transmissões da Copa do Mundo de futebol. A primeira foi em 2014, quando o evento foi realizado no Brasil. Na Copa seguinte, a empresa vendeu mais de 1 milhão de aparelhos de TV antes do início dos jogos, graças ao impulso da campanha Sai Zica. A campanha incentivava os brasileiros a trocar suas TVs e, assim, espantar a zica do torneio anterior, marcado pelo trauma do 7 a 1. No primeiro semestre de 2018, o Magalu vendeu uma TV a cada 200 habitantes e dobrou sua participação no mercado de smart TVs. A empresa foi responsável por 50% das vendas totais de TV no país no período.

Sobre o Magalu. O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de 1.481 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 180 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O SuperApp da companhia é acessado por mais de 45 milhões de usuários ativos mensais. Atualmente, o Magalu emprega mais de 40 000 funcionários. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu

Roberta Paduan

roberta.paduan@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br