

## Magalu tem o presente da sua mãe, mesmo que ela diga que não precisa de nada

*Campanha publicitária destaca modéstia das mães, que embora não queiram transparecer, sempre têm seus produtos de desejo*

*Merchan está conectado à mais recente campanha da marca, que apresenta a companhia como solucionadora das necessidades dos clientes*

**São Paulo, 6 de maio de 2024** - Este ano, a campanha de Dia das Mães do Magalu se inspirou em uma experiência que a maioria dos filhos já viveu. Quando perguntam às mães qual é o presente que elas querem, elas sempre dizem que nada é necessário, embora sempre exista um item dos sonhos ou que estejam precisando. “Como a modéstia é tão marcante na maternidade, decidimos trazer essa situação para lembrar aos filhos de que nós temos o produto que elas desejam ou precisam, mesmo que não digam”, Silvia Machado, CMO do Magalu.

Criada pela Ogilvy, a ação dialoga com o novo mote da companhia, o “Precisou? Tem no Magalu”. Dessa forma, a companhia se posiciona como solucionadora das necessidades dos clientes e reforça a variedade de produtos do marketplace, hoje com um catálogo de 128 milhões de ofertas disponíveis. “Neste Dia das Mães queremos ajudar os filhos a comprar exatamente o que elas sonham”, diz a executiva.

A campanha já está no ar no site e app do Magalu com excelentes ofertas com até 60% de desconto, como perfumes, maquiagens, eletrônicos, roupas e calçados, milhares deles também com frete grátis, além de vários cupons de desconto disponíveis no app. Na TV, a estreia do vídeo acontece no domingo, dia 5, durante o “Domingão do Huck”, na Globo.

Nas redes sociais, 15 influenciadores digitais irão reproduzir o conceito criativo da campanha, com cenas entre mães e filhos, sempre com dicas de presentes no contexto dos conteúdos. Entre os contratados, estão nomes como Gkay, Maíra Azevedo (tia Ma), a dupla de tiktokers Mateus e Vitória e o humorista Marcos Lucindo.

### **Data é aposta do varejo**

O Dia das Mães é apontado como uma das principais datas de vendas para o setor do varejo. No ano passado, as vendas no e-commerce em geral cresceram quase 12%. O dado é do Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), que pesquisou a movimentação do mercado digital entre 8 e 14 de maio de 2023.

Um estudo da Rakuten Advertising apontou que o ticket médio gasto com o presente de Dia das Mães aumentou 25% no ano passado. Além disso, os cliques em anúncios relacionados ao tema foram 15% maiores na semana que antecede a data comemorativa comparado com os sete dias anteriores.

**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 mais de 1.286 lojas, em 20 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 340 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. 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](mailto:andre.vendrami@novapr.com.br)

**Gabriela Tornich**

[gabriela.tornich@novapr.com.br](mailto:gabriela.tornich@novapr.com.br)

**Patricia Vivas**

[patricia.vivas@novapr.com.br](mailto:patricia.vivas@novapr.com.br)