

Literalmente, veio “Aí”! Magalu junta Lu e Marisa Maiô na nova campanha de Dia Dos Namorados

As duas personagens virtuais se encontram pela primeira vez em publicidade da companhia para o 12 de junho

Apesar da data romântica, Lu aparece no vídeo como solteira convicta e Marisa libera cupons de desconto para quem vai passar o dia sozinho

São Paulo, 12 de junho de 2025. O Brasil pediu e, claro, o Magalu atendeu! Após o sucesso da primeira publicidade com a sensação do momento Marisa Maiô, a companhia fechou mais uma parceria com a nova influenciadora virtual brasileira. Desta vez, o merchandising contou com a presença da Lu, do Magalu, após os fãs das duas inundarem as redes sociais implorando por esse “feat”. Usando seu humor ácido como sempre, Marisa Maiô chama a garota-propaganda do Magalu de “solteirona convicta” por também vê-la passando o Dia dos Namorados sozinha. Em meio às piadas e interações das duas, a apresentadora oferece cupons de desconto para quem estiver em casa sozinho fazer umas “comprinhas” no Magalu.

“Vimos que a audiência sentiu falta da Lu. Atendemos ao público e unimos ela, que é pioneira nesse território e a primeira manifestação de influência virtual no mundo, com a Marisa Maiô que é o mais recente ícone da inteligência artificial do Brasil. É algo importante e também muito natural para nós, que buscamos sempre inserir a marca em contextos atuais e inovadores”, afirma Aline Izo, gerente sênior de marketing, branding e comunicação do Magalu. “Essa demanda, vinda da audiência, reforça que estamos no caminho certo, que o Magalu está na lembrança das pessoas de forma positiva”.

A nova publicidade segue a estratégia de posicionamento da Lu, do Magalu, anualmente, no Dia dos Namorados: ela nunca está namorando. Toda a comunicação das redes sociais da companhia tem como foco brincar com a solteirice da sua influenciadora. Junto com Marisa Maiô, que já se declarou viúva e sem namorado atualmente, não poderia ser diferente. Então, no programa de auditório, a apresentadora diverte a plateia com quadros hilários: uma cartomante que não vê nada em sua vida amorosa, dois pretendentes que se livram de uma futura namorada chata e aí vem a brincadeira principal: “A gente tenta unir, mas não é todo mundo que tem sorte no Dia dos Namorados, né, minha menina?”, diz ela chamando a Lu, do Magalu, para saber sobre os “namoradinhos”.

A partir daí, a interação das duas envereda para apresentar o Magalu como um destino de compras e uma opção de distração e “fuga” para quem está sozinho no Dia dos

Namorados. Lu conta que vai passar a noite fazendo “comprinhas online com cupom no app Magalu”. Em seguida, Marisa distribui descontos para que “o pessoal de casa” possa aproveitar a oportunidade no e-commerce do Magalu.

Confira o vídeo na íntegra:

<https://www.instagram.com/reel/DK0BuZ-SS3-/?igsh=eWdkaDkwbmZiejFh>

A primeira parceria entre Magalu e Marisa Maiô rendeu mais de 5 milhões de visualizações no Instagram e TikTok e 100% dos cupons disponibilizados para a campanha foram utilizados pelos clientes em compras no app da companhia (<https://www.instagram.com/p/DKmsnfKR5N0/>).

Quem é Marisa Maiô

A personagem – uma mulher de meia idade, gorda e sempre vestida com um maiô preto – foi criada por meio de inteligência artificial pelo criador de conteúdo Raony Phillips. O primeiro dos vídeos que ironizam os programas de auditório da TV brasileira foi publicado em 3 de junho e, de lá para cá, já contabilizam milhões de visualizações. O primeiro episódio já foi visto mais de 1,7 milhão de vezes só no X (antigo Twitter). No Instagram, o segundo acumula 2,3 milhões de visualizações.

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 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 aiafome. 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

Fernanda Muchão

fernanda.muchao@novapr.com.br

Patrícia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br

Paula Carone

paula.carone@novapr.com.br