

Shopping Patteo Olinda lança primeira campanha de marketing

O Shopping Patteo Olinda lança a sua primeira campanha institucional. O conceito "Um lugar todo seu" está alinhado ao diferencial da localização do empreendimento, no bairro de Casa Caiada, destacando a proximidade do Shopping com o público olindense, promovendo o sentimento de pertencimento para quem investe e para o consumidor final. O projeto foi desenvolvido pela MartPet.

Segundo o diretor de criação responsável pela campanha, Diego Curvêlo, o conceito é plural e com vários desdobramentos. "O intuito foi posicionar o mall como um lugar para grandes investimentos, novas oportunidades, para realização de sonhos, experiências de momentos únicos e com tudo que o público daquela região precisa num só lugar, proporcionando uma melhor qualidade de vida", explica Diego. A identidade visual também foi baseada na localização, inspirada em "pins digitais" de localização de mapas.

O local tem 137 mil m² de construção com cerca de 51 mil m² de ABL (Área bruta locável), posicionado em uma área estratégica da "Marim dos Caetés", entre as avenidas Governador Carlos de Lima Cavalcanti e Getúlio Vargas. O Patteo vai contar com 355 lojas. Entre elas já estão confirmadas: Esposende, Cinépolis, Renner, Le Biscuit, C&A, Marisa, Paqueta Esportes, Riachuelo, Game Station, Ri Happy, Burger King, Donatário, Donna Brigadeiro, Farmácia Santa Maria, Hering, Julietto, O Boticário, Pharmapele, Planeta Bombom, Boa Viagem Câmbio, Cão Q Ri, DWZ, IANG CHAO, Mundo do Cabeleireiro, Ótica Líder, Quanto Prima, Spuk, Access Mobile, Hora Certa, I Tech, Nana e inho/Maria's Bonita, Sherlock & Dog, Unigames e Verlutti.

O mall tem investimento de R\$ 500 milhões e contará com quatro pisos, sendo um térreo e mais três andares, além de estacionamento no subsolo e mais três pavimentos garagem, totalizando 2.300 vagas, proporcionando maior conforto aos clientes dos bairros de Olinda. "O Shopping dará uma nova cara ao comércio da região, impulsionando o consumo, a empregabilidade e geração de renda no município, defende José Luiz Muniz, um dos diretores do Grupo CM, que junto com a HBR Realty formam a sociedade do empreendimento, que deve abrir as portas em Olinda até outubro de 2017.



Ficha Técnica]

355 lojas

2.300 vagas de estacionamento

14 Lojas âncoras

06 Salas de Cinema

51 mil m² de ABL

Público A/B: 50% na área primária e secundária Localizado no ponto de maior circulação da cidade

1 milhão de clientes na área de influência (aprox. - Fonte: IBGE/GISMARKET JAN/2013)