



EMPRESA PROPONENTE: GRUPO VOE

INTRODUÇÃO

A VOE é uma agência criativa independente, fundada por jovens publicitários que acreditam na potência transformadora das ideias. Desde sua origem, a agência tem como propósito criar experiências que se conectam de forma sensorial e emocional com o público, traduzindo a essência de cada marca com autenticidade, sofisticação e consistência estratégica.

Reconhecida por sua capacidade de integrar branding, conteúdo, ativação e direção de arte, a VOE atua como uma boutique criativa que une pensamento e execução estratégicos. Seu modelo de atuação combina rigor analítico e sensibilidade estética, garantindo que cada ação entregue valor e impacto memorável.

A agência se diferencia por seu modelo de atuação ágil, conectado ao universo digital e atento às dinâmicas culturais contemporâneas. Cada projeto é planejado considerando múltiplas plataformas e pontos de contato, garantindo que a experiência física reverbere digitalmente, potencializando o engajamento e a disseminação orgânica.

Mais do que uma agência de publicidade, a VOE se posiciona como uma plataforma criativa de experimentação, combinando o rigor do planejamento com o frescor da intuição artística. Seu processo de trabalho envolve imersão profunda no território simbólico de cada cliente, pesquisa cultural, benchmark estratégico e construção de narrativas sensoriais que transcendem o briefing tradicional, criando conversas reais na sociedade e engajando públicos sofisticados.

A VOE tem experiência consolidada em campanhas híbridas, live marketing e branding experiencial, além de forte atuação no desenvolvimento de conteúdo audiovisual, social media e storytelling digital. Cada entrega é desenhada para gerar valor imediato e construir patrimônio de marca a longo prazo, refletindo o DNA de inovação, estética e relevância cultural da agência.



SHOPPING LEBLON

O Shopping Leblon é sinônimo de elegância carioca, está no coração da zona sul, destino de cariocas e turistas qualificados que buscam um mix de lojas nacionais e internacionais de alto padrão e um ambiente moderno, sofisticado e aconchegante que traz as principais tendências e inspirações em moda, arte e lifestyle.

O Shopping Leblon faz parte da ALLOS, a plataforma mais inovadora de entretenimento, lifestyle, serviços e compras. Com uma trajetória de cerca de 50 anos, somos referência no mercado de shopping centers.

Pessoa de contato caso seja necessário pela ABMN

PEDRO VERNES

E-mail: contato@voegrupo.com.br

Telefone: +22 21 97546-2502

TÊNIS NAS ALTURAS

CATEGORIA: MARKETING DE EXPERIÊNCIA

SÍNTESE

No 11º ano consecutivo de patrocínio ao Rio Open, o Shopping Leblon tinha o desafio de ativar um patrocínio já consolidado e, ao mesmo tempo, criar uma fachada que brilhasse tanto quanto outras intervenções icônicas e premiadas realizadas em edições anteriores. A missão era transformar esse histórico em novo fôlego criativo, levando a experiência do torneio a um patamar inédito, reforçando a sua imagem premium. A proposta foi ir além de uma intervenção estética e criar uma experiência imersiva capaz de traduzir a energia das quadras em pleno coração da zona sul do Rio de Janeiro.

Nasceu então o projeto “Tênis nas Alturas”, uma ativação inédita que levou um jogo de tênis para as alturas da fachada do shopping. A ação transformou o cotidiano da Avenida Afrânio de Melo Franco em espetáculo urbano: quatro bailarinas suspensas encenaram a jornada emocional de uma partida de tênis, unindo técnica, emoção e performance.

A instalação, composta por duas quadras verticais de 10 metros com redes 3D, permaneceu por duas semanas como obra viva e cenografia interativa, com apresentações durante o torneio. O resultado foi uma experiência de marca que rompeu padrões de patrocínio, conectando lifestyle, cultura e esporte em um mesmo gesto criativo: e transformando a fachada estática em um símbolo da energia do Rio Open.

A experiência extrapolou a comunicação tradicional e criou uma vivência memorável, onde cada apresentação convidava o público a sentir, de perto, a emoção do torneio.

CENÁRIO

O Shopping Leblon é reconhecido como um espaço que transcende o conceito de centro comercial, consolidando-se como um ponto de convergência entre moda, arte e comportamento. É um ambiente em que a experiência é um dos principais diferenciais competitivos.

Em 2025, o contexto era de maturidade na relação entre o shopping e o Rio Open. Após dez anos consecutivos de patrocínio, o desafio era claro: como surpreender novamente um público já habituado a ativações? O patrocínio ao maior torneio de tênis da América Latina já era um ativo consolidado, mas poderia ser reinterpretado de forma emocional e inesperada.

O briefing inicial previa uma ativação voltada à comunicação institucional do patrocínio. Porém, ao longo do processo criativo, surgiu uma oportunidade estratégica: transformar a fachada do shopping em protagonista da campanha. Essa ideia emergiu de uma leitura sensível do DNA artístico do empreendimento, que abriga o Teatro Casa Grande, promove música ao vivo, exposições e intervenções artísticas em seu art wall.

Ao enxergar a fachada como um território simbólico, a equipe propôs reconfigurar o espaço físico do shopping como palco de um espetáculo. O objetivo era criar uma experiência viva, que se comunicasse tanto com o público local quanto com o digital: onde o impacto visual e a narrativa estética se amplificam.

Os fatores críticos de sucesso incluíam:

- Ativar o patrocínio de forma inédita e culturalmente relevante;
- Integrar arte e esporte em uma linguagem universal e sensível;
- Engajar o público presencial e gerar alta repercussão espontânea;
- Garantir uma execução técnica precisa, com segurança e viabilidade estrutural.
- Os pontos críticos envolviam o prazo reduzido (um mês e meio para execução), a complexidade de uma montagem em uma fachada inteiramente de vidro, logística de

montagem noturna, e o desafio de sincronizar o espetáculo aéreo com o funcionamento normal do shopping.

As oportunidades, por outro lado, eram significativas: reforçar e valorizar o vínculo com o Rio Open, gerar uma experiência memorável para o público e posicionar o Shopping Leblon como um protagonista da cena cultural e criativa do Rio.

SOLUÇÕES

A solução criativa partiu de uma ideia central: traduzir a emoção de uma partida de tênis em movimento, luz e arte. O conceito foi materializado em uma experiência inédita, o Tênis nas Alturas, que transformou a fachada em palco e o público em plateia.

O processo criativo se iniciou com a imersão profunda no contexto do Shopping Leblon, sua história de patrocínio, público-alvo e repertório cultural. A equipe realizou:

- Estudos de comportamento: análise de hábitos do público, fluxo de pedestres, horários de maior circulação ao redor do shopping;
- Pesquisa de benchmarks: estudo de intervenções urbanas, ativações de shoppings internacionais e campanhas de marketing experiencial;
- Mapeamento do DNA do shopping: identificação de elementos culturais e artísticos que poderiam ser conectados à narrativa do Rio Open;

A partir desses insights, a equipe percebeu que a fachada era um “território subexplorado”, com potencial de gerar impacto sensorial e estético. A proposta de transformar a fachada em palco não estava no briefing inicial, mas surgiu como oportunidade estratégica, alinhada à identidade do shopping e capaz de criar repercussão memorável.

Para viabilizar a execução dessa ideia ousada, a buscou-se uma companhia de dança aérea especializada em ballet nas alturas: a Ciabase. A empresa ficou responsável pelo desenvolvimento cenográfico, garantindo que as bailarinas pudessem dançar e performar com segurança, sem encostar na vidraçaria da fachada.

O processo foi colaborativo e multidisciplinar. Foram instaladas duas quadras suspensas de 10 metros, com rede 3D e iluminação cênica, criando a sensação de um jogo flutuante. Quatro bailarinas suspensas encenaram a jornada emocional de uma partida, do primeiro saque ao ponto final, com trilha sonora original e coreografia inspirada nos gestos e tensões do esporte.

O espetáculo foi concebido para acontecer em três dias estratégicos do torneio, totalizando seis apresentações, e acompanhado por uma instalação cenográfica permanente durante duas semanas. Ensaios e montagens foram realizados em madrugadas sucessivas, garantindo a segurança e a operação normal do shopping.

A comunicação foi pensada de forma multiplataforma: cobertura espontânea pela imprensa, ativações nas redes sociais e registros audiovisuais que amplificaram a experiência digitalmente. O conceito visual foi expandido para conteúdos em vídeo, reels e stories, explorando o contraste entre o concreto da cidade e a leveza do balé — um diálogo entre força e delicadeza que resumia o espírito do projeto.

O impacto emocional do espetáculo foi imediato. A plateia formada espontaneamente na rua Afrânio de Melo Franco reagiu com encantamento, traduzindo em aplausos e registros o sucesso da ação. O balé aéreo tornou-se símbolo da campanha e ecoou como uma metáfora perfeita do que o Shopping Leblon representa: sofisticação em movimento, arte em plena vida urbana.

O sucesso do projeto se deve à colaboração estreita com a equipe do Shopping Leblon. Sua abertura para inovação, ousadia e disposição em embarcar na ideia foram determinantes para transformar o conceito em realidade. Nada disso seria possível sem a sintonia entre as equipes, que trabalharam lado a lado em cada etapa, do planejamento à execução, garantindo que a intervenção mantivesse a identidade sofisticada do shopping e ao mesmo tempo surpreendesse o público. Essa parceria reforçou a força do projeto e exemplificou como criatividade e confiança mútua geram experiências memoráveis.

Em suma, a concepção do projeto passou pelas seguintes etapas:

- Ideação: brainstorms multidisciplinares, explorando analogias entre tênis, movimento, emoção e dança; definição do conceito de “TÊNIS NAS ALTURAS”;

- Criação estética e narrativa: desenvolvimento da coreografia inspirada em gestos, tensão e ritmo de uma partida de tênis; definição de cores, iluminação e trilha sonora exclusiva para amplificar o impacto visual;
- Engenharia e logística: estudo de viabilidade estrutural da fachada de vidro, definição de pontos de ancoragem das quadras suspensas, instalação segura de cabos e redes, planejamento de montagem noturna;
- Testes e ensaios: ensaios das bailarinas em alturas progressivas, sincronização da iluminação e som, ajustes finos de coreografia e tempo de apresentações;
- Comunicação integrada: estratégia multiplataforma para amplificar o impacto da ação, incluindo cobertura espontânea de imprensa, ativações digitais, produção de conteúdo para Instagram, reels e stories;
- Execução: instalação das quadras suspensas e performance do balé aéreo em três datas estratégicas, complementadas por uma instalação interativa permanente durante duas semanas;
- Acompanhamento e otimização: monitoramento de engajamento presencial e digital, ajustes operacionais.

RESULTADOS

O Tênis nas Alturas entregou resultados expressivos em termos de visibilidade e de engajamento. A ação impactou presencialmente milhares de pessoas ao longo das duas semanas, transformando a Rua Afrânio de Melo Franco em uma arquibancada urbana, com público reunido espontaneamente para acompanhar o balé aéreo. Cada apresentação se tornou um momento de encantamento, gerando aplausos, registros fotográficos e compartilhamentos imediatos nas redes sociais, o que ampliou exponencialmente o alcance da ativação.

O impacto digital foi notável: o Instagram do Shopping Leblon registrou um crescimento de mais de 200% nas visualizações, com enorme repercussão em stories, reels e conteúdos compartilhados pelo público. As interações espontâneas – comentários, marcações e

reposts – demonstraram o efeito emocional da ação, provando que o público se conectou não apenas com a estética, mas com a narrativa da experiência.

Na mídia tradicional, a ativação conquistou ampla cobertura em veículos de referência, incluindo O Globo, Veja Rio, Meio & Mensagem e RJTV (TV aberta), consolidando o projeto como pauta de destaque. A combinação de visibilidade física, repercussão midiática e engajamento digital gerou um ROI elevado, com retorno de mídia espontânea frente ao investimento realizado.

Além dos números, o projeto trouxe resultados estratégicos intangíveis, fortalecendo a percepção do Shopping Leblon como hub de lifestyle, arte e cultura no Rio de Janeiro. A ação reforçou a associação da marca com inovação e sofisticação, criando um vínculo com o seu público. O espetáculo aéreo, ao mesmo tempo delicado e impactante, tornou-se símbolo da capacidade do shopping de reinventar sua própria fachada e transformar a experiência urbana em algo memorável.

O efeito combinado do balé, da cenografia suspensa e da comunicação multiplataforma mostrou como uma ação bem planejada e colaborativa pode criar repercussão duradoura, influenciando positivamente tanto a percepção da marca quanto o engajamento do público.

O Tênis nas Alturas alcançou os objetivos iniciais de awareness, engajamento e buzz, transformando a fachada do shopping em um ícone vivo de experiência, criatividade e emoção.

Em suma:

- Awareness e engajamento superaram benchmarks anteriores de patrocínio.
- A ação impactou milhares de pessoas presencialmente, transformando a rua Afrânio de Melo Franco em arquibancada urbana.
- Repercussão na mídia: ampla cobertura em veículos como O Globo, Veja Rio, Meio & Mensagem e TV aberta (RJTV).
- Engajamento digital expressivo: crescimento de mais de 200% nas visualizações do Instagram do shopping em relação ao ano anterior.
- ROI elevado, com forte retorno de mídia espontânea frente ao investimento.



- A ativação consolidou o Shopping Leblon como referência em experiências culturais inovadoras e elevou o patrocínio ao Rio Open a um novo patamar de relevância.

ANEXOS

<https://vimeo.com/1120980412>