



orla brasil

PRÊMIO MARKETING CONTEMPORÂNEO – 2025 – ABMN

Introdução

A Orla Brasil é uma empresa especializada na gestão, revitalização e concessão de espaços públicos que **impulsiona o desenvolvimento de orlas e parques em todo o país**, transformando quiosques, barracas e quadras em polos de bem-estar, gastronomia, cultura, lazer e esporte. A empresa desenvolve e opera projetos que unem infraestrutura de qualidade, inovação e responsabilidade socioambiental, promovendo o uso inteligente das orlas, parques e áreas de convivência urbana.

Desde sua fundação, a Orla Brasil se posiciona como pioneira em estruturar e executar parcerias público-privadas (PPPs) e concessões municipais e estaduais, transformando orlas e parques em polos de desenvolvimento ambiental, econômico e cultural.

Entre seus principais projetos estão a Orla do Parque Villa-Lobos (SP) e Orlas em Salvador (BA), como Orla de Pituaçu, Parque Esportivo Boca do Rio e Orla de Patamares, iniciativas que somam milhões de visitantes anuais e impulsionam o turismo sustentável, o esporte, o comércio local e a geração de empregos. Mais do que administrar espaços, a Orla Brasil redefine o conceito de ocupação urbana, levando vida, cultura e propósito às orlas de todo o país.

Empresa referência do caso

TotalPass

Empresa líder em benefícios corporativos voltados à saúde, bem-estar e qualidade de vida, com atuação em todo o território nacional e presença em mais de 3 mil academias parceiras.

Pessoa de contato

Fernanda Novaes | fernanda.novaes@orlabrasi.com |
(21) 99446-1313

Categoria

Desenvolvimento de Produto ou Serviço

Orla TotalPass: um novo espaço urbano que conecta marcas, pessoas, lazer, bem-estar e sustentabilidade.



A Orla TotalPass nasce da convergência natural entre os valores da Orla Brasil - que transforma espaços públicos em plataformas de convivência, sustentabilidade e propósito - e da TotalPass, referência nacional em saúde, bem-estar e qualidade de vida corporativa. Ambas compartilham a crença de que o bem-estar precisa ser acessível, cotidiano e coletivo. A partir dessa visão comum, surgiu um novo produto urbano que traduz o equilíbrio entre corpo, cidade e comunidade: um espaço onde o lazer se conecta ao movimento e o autocuidado encontra a vida ao ar livre. A união dessas duas marcas criou uma proposta inédita de naming rights com propósito, que expande o conceito de benefício corporativo para o território urbano, levando o DNA da TotalPass para além de academias e estúdios, diretamente para a experiência diária das pessoas ao ar livre.



A Orla TotalPass representa uma nova forma de vivenciar a cidade de São Paulo, um espaço concebido e desenvolvido pela Orla Brasil, que traduz o conceito de bem-estar urbano em experiências reais, acessíveis e sustentáveis. Criada para transformar o modo como os paulistanos se conectam com a cidade, a orla integra lazer, esporte, cultura e gastronomia em um mesmo ecossistema. Temos o orgulho de contar com a TotalPass como parceira estratégica, cuja presença fortalece o propósito do projeto e amplia seu alcance junto ao público que busca equilíbrio entre rotina, saúde e convivência.

A estrutura reúne infraestrutura esportiva, programação de lazer e cultura intensa, áreas de convivência e gastronomia diversa, contando com operações como Pato com Laranja, Futuro Refeitório, Espetto Carioca, Piú, além de quiosques de conveniência como Amalfi, Pizza InCone e Juçáí. Além da TotalPass, outras empresas do território de wellness, como Smart Fit e SulAmérica, acreditam no projeto e somam forças para oferecer ao público serviços que incentivam a qualidade de vida, o cuidado com a saúde e a conexão com a natureza e sustentabilidade.

A SulAmérica, por sua vez, conta com um quiosque exclusivo no espaço, voltado para reuniões, talks e eventos corporativos, oferecendo ao paulistano uma alternativa inovadora para trabalhar. Complementando essa proposta de bem-estar integral, o complexo abriga o Hot & Ice Club, um espaço premium de saúde e performance física, que une serviços de spa e práticas esportivas, com experiências de saunas, banhos de gelo e protocolos de recuperação muscular.

Mais do que um parque, a Orla TotalPass é um produto com alto impacto positivo. O espaço é 100% sustentável, com gestão de resíduos integrada, máquinas de compostagem, reciclagem de vidro, alumínio e plástico, e meta de Lixo Zero. Cada ação reflete um compromisso genuíno com o futuro da cidade e com o propósito compartilhado entre a Orla Brasil e a TotalPass: **transformar o modo como as pessoas vivem, se conectam e cuidam de si nos espaços urbanos.**

Cenário

São Paulo, maior metrópole do hemisfério sul e símbolo de diversidade e inovação, enfrenta um desafio crescente: a falta de espaços públicos integrados que promovam qualidade de vida e infraestrutura adequada e ainda que possua 15,9 m² de área verde por habitante, esse verde é mal distribuído, com bairros densos e centrais carentes de praças e parques acessíveis. Somado a isso, o paulistano passa, em média, mais de 2h por dia no trânsito, o que reduz seu tempo de lazer e bem-estar, enquanto áreas verdes e espaços inspiradores permanecem desigualmente distribuídos pela cidade. Essa dura realidade faz com que o paulistano busque ainda mais novas formas de equilíbrio, em espaços que ofereçam infraestrutura, propósito e qualidade de vida.

Nesse contexto, a Orla TotalPass surge como resposta a essas dores urbanas - um espaço que reconecta as pessoas à cidade e traduz o equilíbrio entre bem-estar, lazer, cultura e sustentabilidade em uma experiência real e acessível.

Em 12.000m² envoltos pela mata do Parque Villa-Lobos, a Orla TotalPass reúne cinco quadras de areia, um parque de águas com calçadão e areia, espaços para celebrar o pôr-do-sol, aulas esportivas e 12 quiosques (entre eles restaurantes e estruturas de conveniência). Além disso, o espaço abriga áreas corporativas para reuniões e coworking, como o quiosque da SulAmérica, pensado para quem quer trabalhar em meio à natureza e abrigado do tumulto da cidade.

Cenário

Entre os principais indicadores de sucesso, destacam-se:

A convergência entre marcas de bem-estar e o público urbano, com TotalPass, Smart Fit e SulAmérica ancorando o propósito de saúde e movimento;

A sustentabilidade estrutural, com gestão ambiental ativa e compromisso com geração de Lixo Zero;

A curadoria gastronômica e cultural acessível e de alta qualidade, que cria pertencimento e identidade local.

Os riscos iniciais foram à complexidade de integração operacional entre múltiplas marcas e à necessidade de conciliar identidade institucional com identidade urbana, sem descaracterizar o propósito social, cultural e ambiental do projeto. Com o sucesso do projeto, fortaleceram-se oportunidades como: a escalabilidade do modelo, a valorização das experiências criadas pelos novos patrocinadores e a consolidação da Orla TotalPass como vitrine nacional de inovação urbana e sustentabilidade - um marco de qualidade de vida e sustentabilidade para a cidade de São Paulo e para todo o Brasil.

Soluções (estratégias, ações e operacionalização)

A criação da Orla TotalPass envolveu uma estratégia integrada de branding, arquitetura de produto e experiência de marca. O projeto foi estruturado como um ecossistema completo, no qual cada parceiro contribui para entregar benefícios e experiências complementares ao visitante. O projeto integra três pilares:

Esporte e bem-estar: com quadras de beach tennis, programação de corridas e treinos funcionais, assessoria de corrida e programas de saúde corporativa.

Gastronomia e convivência: com operações variadas que refletem o multiculturalismo paulistano, de bares à beira da areia a restaurantes contemporâneos, estimulando a economia local e o turismo gastronômico.

Sustentabilidade e propósito: implantação de máquinas de compostagem, sistemas de reciclagem de vidro, alumínio e plástico, e um plano de gestão de resíduos sólidos que visa o selo Lixo Zero.

Além das experiências ao ar livre, a Orla TotalPass também oferece espaços para reuniões e encontros corporativos, respondendo a uma das principais dores do público paulistano: a falta de ambientes inspiradores fora do ambiente de escritório. O quiosque da SulAmérica, por exemplo, foi concebido como um ponto de coworking e bem-estar, integrando a marca ao cotidiano urbano de forma funcional e emocional.

Soluções (estratégias, ações e operacionalização)

Como parte da estratégia de posicionamento e visibilidade, a Orla Brasil firmou uma parceria estratégica com a NEOOH, terceira maior empresa de mídia OOH do Brasil, para a veiculação das campanhas da Orla TotalPass no aeroporto de Congonhas, ampliando a presença da marca em um dos principais pontos de fluxo da cidade. Além disso, o plano de mídia contempla ações em 35 prédios comerciais de São Paulo, todas as telas do Shopping Villa-Lobos, edifícios corporativos na Vila Leopoldina e no Butantã, WeWork, Padaria Filó, e nos shoppings Guarulhos, Santo Amaro, República, Morumbi e Avenida Paulista, além de mídia digital (Google e Meta Ads) e inserções editoriais na Revista Nosso Bairro.

Essa estratégia multicanal amplia a visibilidade da Orla TotalPass para o público paulistano e nacional, reforçando a integração entre o espaço físico e a comunicação estratégica, e levando a experiência da marca para além dos limites do parque.

Essas iniciativas ampliam a exposição da marca tanto para o público paulistano quanto para viajantes e empresas de todo o Brasil, reforçando a integração entre o espaço físico e a comunicação estratégica, e levando a experiência da Orla TotalPass para além dos limites do parque

Toda a implantação foi conduzida com planejamento ESG, garantindo eficiência, rastreabilidade e coerência com os valores das marcas parceiras.

Resultados

A Orla TotalPass consolida-se como um novo ponto de encontro da cidade de São Paulo, traduzindo bem-estar, esporte, lazer, gastronomia e sustentabilidade em um produto inédito e completo para a cidade. O espaço é referência em qualidade de vida urbana, apoiado por um ecossistema de grandes marcas que compartilham o mesmo propósito.

De acordo com a Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística do Estado de São Paulo (SEMIL, 2020), o Parque Villa-Lobos, onde está localizado nosso espaço, recebe cerca de 10 milhões de visitantes por ano. Com base em estudos estatísticos, a Orla TotalPass tem potencial para atrair aproximadamente 4,16 milhões de visitantes por ano, gerando empregos diretos e indiretos, impulsionando a visibilidade e conexão das marcas parceiras e contribuindo para a melhor qualidade de vida dos moradores da cidade.

A parceria com grandes marcas que enxergam na Orla TotalPass uma plataforma de conexão direta com seus consumidores, além do modelo inédito de naming rights, consolidam a Orla TotalPass como um novo modelo de gestão e revitalização de espaços públicos: colaborativo, sustentável e humano. Um case de inovação que prova que o futuro desses espaços está na união entre marcas, propósito e pessoas.



Vídeo Manifesto: https://youtu.be/R4_Q1qZauql?si=mL7ZrahLv07Ev5vb







PRÊMIO MARKETING CONTEMPORÂNEO – 2025 – ABMN



Campanha OOH Orla TotalPass + NEOOH

Campanha (Gastronomia) -
<https://youtu.be/XKUfDf1HAnM>

Campanha (Esporte) -
https://youtu.be/W_Me5i_ueeY

Campanha (Entretenimento) -
<https://youtu.be/H7Ofi3ztoYg>

