



DOWNTOWN EM FOCO

INFORMATIVO DOWNTOWN EM FOCO
ANO 1 NÚMERO 5



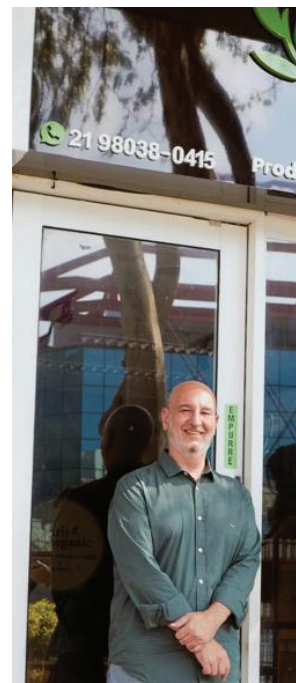
Deu 'match'

Atraídas por público de eventos, lojas e bares, como o Boteco do Teixeira, abrem novas portas no Downtown

Págs. 2 e 3

Clientes ganham opções inéditas de padaria e tabacaria ao ar livre.

Pág. 4



Público de eventos atrai lojistas ao Downtown

Inaugurado em 1998, o Downtown se aproxima de seu 27º Natal mantendo a tradição de atrair marcas que decidiram abrir lojas no local depois de participarem de seus eventos, como arraiás, feiras orgânicas, encontros geek, festivais cervejeiros e gastronômicos, entre outros.

Aberta no final do ano passado, a **Purit Organic** escolheu o Downtown como local de sua primeira loja física, após 15 anos fazendo vendas online para empresas como hotéis, condomínios e shopping centers.

Após participarem de diversas feiras e festas promovidas e sediadas no Downtown, os sócios da **Purit Organic** entenderam que o condomínio comercial era o local perfeito para vender ao vivo seus produtos de limpeza naturais.

“Em todo evento, entre festas juninas e feiras, como a Vida Liberta, clientes comentavam e perguntavam ‘gostei do produto, onde encontro vocês?’”, recorda Mici Oliveira, sócia da **Purit**. Ela classifica a repercussão nos eventos do Downtown como “fundamental” para retomar a clientela depois da queda de pedidos causada pela quarentena, mas, sobretudo, para expandir o mercado de venda para pessoas físicas e pequenos negócios, tais como lojas, consultórios e escritórios.

“Nesses eventos, reencontramos vários representantes de empresas para as quais costumávamos trabalhar antes da pandemia da covid e conseguimos retomar diversos contatos. Além disso, ficamos frente a frente com os nossos clientes e podemos explicar e expor as vantagens e benefícios dos nossos produtos de limpeza e aromatizantes de ambientes”, explica Mici.

“Foi o ‘match’ perfeito”, define seu sócio André Guelman, ressaltando que a dupla já começou a fazer as velas aromatizadas visando às vendas de Natal, cujas vendas pretendem dobrar. “Fizemos as velas a pedido dos clientes, para o Natal passado, e elas esgotaram. Neste ano, então, queremos fazer e vender o



a marca baiana Avatim chegou ao Downtown neste ano, abrindo as portas na Alameda Central

Purit Organic
Bloco 22 Loja 101B
Avatim
Bloco 22 Loja 115A

Boteco do Teixeira
Bloco 6 Loja 102
Panini
Bloco 6 Loja 111



dobro”, conta ele, reiterando que as principais vendas são, de toda forma, dos produtos de limpeza e aromatizantes de ambiente.

Em linha semelhante, mas de essências e perfumaria de origens naturais, para corpo e interiores, a marca baiana **Avatim** chegou ao Downtown neste ano, abrindo as portas na Alameda Central, atraída pelo público de clientes e outros lojistas, além de profissionais liberais, especialmente da área de saúde. **A localização estratégica, na via principal e perto da Praça Central, onde ocorrem os eventos, contribui para o aumento de clientes.**

“Aqui tenho um público com demanda pelos nossos produtos, que quer receber seus clientes em um ambiente agradável, e ficar cheiroso, ao longo de um dia de trabalho”, explica a dona da loja, Patrícia Pedrosa, com a experiência de 12 anos em quatro franquias da **Avatim** - entre elas, a primeira a funcionar aqui no Rio de Janeiro. “Abri a loja no local de maior movimento, onde ainda ganho mais clientes novos, que vêm ao Downtown para outras finalidades, como feiras, festivais e demais eventos, acabam vendo a **Avatim** e se interessando”, pontua a empresária, que também corre para suprir a demanda de Natal.



Um dos maiores vencedores do concurso Comida Di Buteco, com seis premiações em sete edições disputadas, o Boteco do Teixeira vem direto de Duque de Caxias para o Downtown, onde acaba de abrir sua primeira filial.

A escolha veio depois de agosto, quando Sandro Teixeira, dono do estabelecimento, organizou, na Praça Central, o Quintal dos Botecos - principal evento itinerante do segmento, ele reúne alguns dos bares mais consagrados do Rio de Janeiro e da Baixada Fluminense em praças públicas.

No Downtown, Teixeira tem como sócio Rodrigo Stuart - dono do Quintal do Stuart, no Cachambi, e seu parceiro na produção do Quintal dos Botecos.

O Downtown também foi escolhido pela **Editora Panini** para abrir seu primeiro Point no Rio de Janeiro. Especializada em cultura geek, a loja tem grande variedade de quadrinhos para diversos públicos, indo de revistas da Turma da Mônica aos livros da Marvel e da DC Comics, passando pelos mangás japoneses e demais importados.



Logo na entrada, uma estátua do Batman “vigia” a Panini, cujo público vai de crianças a adultos amantes de entretenimento nerd. Um ponto cativo para o público que já vinha ao Downtown por eventos como o GeekTown, a loja ainda vende doces orientais, além de funks e action figures de personagens.

Aos fins de semana, a **Panini** resgata a tradição das trocas de figurinhas, atraindo principalmente o público infanto-juvenil, em uma mesa colocada em frente à loja.

“A cada evento que realizamos, sempre temos algum expositor que nos procura por conta do bom resultado de vendas que teve. Alguns deles concretizam a abertura de sua loja no Downtown”, ressalta Paulo Oscar Santos, síndico do condomínio comercial a céu aberto. “Nós costumamos brincar, dizendo que os eventos funcionam como um ‘berçário’, onde aquela criança tem tudo para mostrar o seu potencial, crescer e abrir uma loja de verdade para prosperar”, conclui.



Ar livre distingue tabacaria

Morador da Barra na virada dos anos 1980 e 1990, Alessandro Santa Maria lembra-se de quando andava de windsurf com triciclo em terreno vazio ao lado do Canal de Marapendi, na infância e início da adolescência.

Nesse meio tempo, ele viajou com a família e viveu em Oxford, na Inglaterra, onde o clima mais frio e chuvoso dificultava as atividades ao ar livre. Hoje, Alessandro está de volta não só ao Rio de Janeiro, como também ao mesmo terreno - agora, onde, desde 1998, funciona o Downtown.

No bloco 6, de frente para a Avenida das Américas, ele abriu, às vésperas do último Natal, a Mr. Smoke, misto de tabacaria com livraria e empório de bebidas finas, como vinhos, uísques e licores. Mais do que uma simples loja, Alessandro define a Mr. Smoke como um local de convivência, onde os clientes conhecem e conversam sobre novas edições de literatura variada e produtos como sedas, charutos e vinhos de qualidade, do Chile, da Argentina e do Brasil - da vinícola do apresentador Galvão Bueno.

Ao contrário dos shopping centers fechados, a entrada direto pela alameda ao ar livre é o grande trunfo para os clientes da tabacaria - para fumar, basta abrir a porta e ir para a calçada em frente. "Não tem nenhum lugar igual no Rio. O Downtown combina segurança, conforto e lazer. Um lugar aberto, com opções para a família. Temos clientes que vêm aqui, por exemplo, enquanto a mulher faz compras e os filhos brincam no playground", resume Alessandro, um entusiasta do ambiente ao ar livre.

Mr. Smoke Bloco 6 Loja 113

Padaria faz golaço no Downtown

A circulação de clientes e a movimentação no estacionamento, com mais de 3 mil vagas, foram o ponto de partida para a chegada da Craque do Pão. Aberta em agosto, a padaria aposta na alta qualidade dos produtos de fabricação própria.

O nome da padaria vem da antiga profissão do fundador, o ex-jogador de futebol Marcos Lopes. Hoje com 60 anos, ele jogou nas categorias do Campo Grande, durante as décadas de 1970 e 1980. Ficou no clube carioca até o sub-20, quando transferiu-se para Portugal, contratado pelo Marítimo, da Ilha da Madeira. Em terras lusas, o craque percebeu que as padarias portuguesas eram mais caprichadas, verdadeiros pontos de encontro.

"Lá, gostava muito de ir às padarias nos dias de folga. Os padeiros, que me conheciam, me mostravam como faziam a produção toda, assavam os pães etc. De volta ao Brasil, nos anos 1990, tive a vontade de abrir uma padaria nesse estilo", lembra Marcos. Assim, a Craque do Pão abriu as portas em 1997, no mesmo bairro de Campo Grande, onde ele havia jogado.

Um olhar no movimento, com reconhecimento do potencial, bastou para Marcos Lopes escolher o Downtown como ponto da filial de sua padaria. "Estava olhando pontos na Barra para abrir uma filial e fui ao Downtown. Parei no estacionamento subterrâneo e, quando vi a quantidade enorme de carros que havia ali, vi que havia potencial para uma padaria no estilo da nossa, pelo tanto de gente que sempre circula", conta.

Craque do Pão Bloco 21 Loja 132



DOWNTOWN

SÍNDICO
Paulo Oscar
(sindico@downtown.com.br)

Gerente de Marketing
Cesar Santos
(cesar.santos@downtown.com.br)

DOWNTOWN EM FOCO
Coordenação editorial

Cezar Marques
(cezarmarques@ccomunicacao.com.br)

João Pequeno
(joaopequeno77@yahoo.com.br)

SAC DOWNTOWN: 2494-7072, ramal 203

SITE www.downtown.com.br

Avenida das Américas, 500
Barra da Tijuca - Rio de Janeiro

Projeto de identidade visual
C Comunicação www.ccomunicacao.com.br