

MÁQUINA

TODO MUNDO NO RIO

LADY GAGA

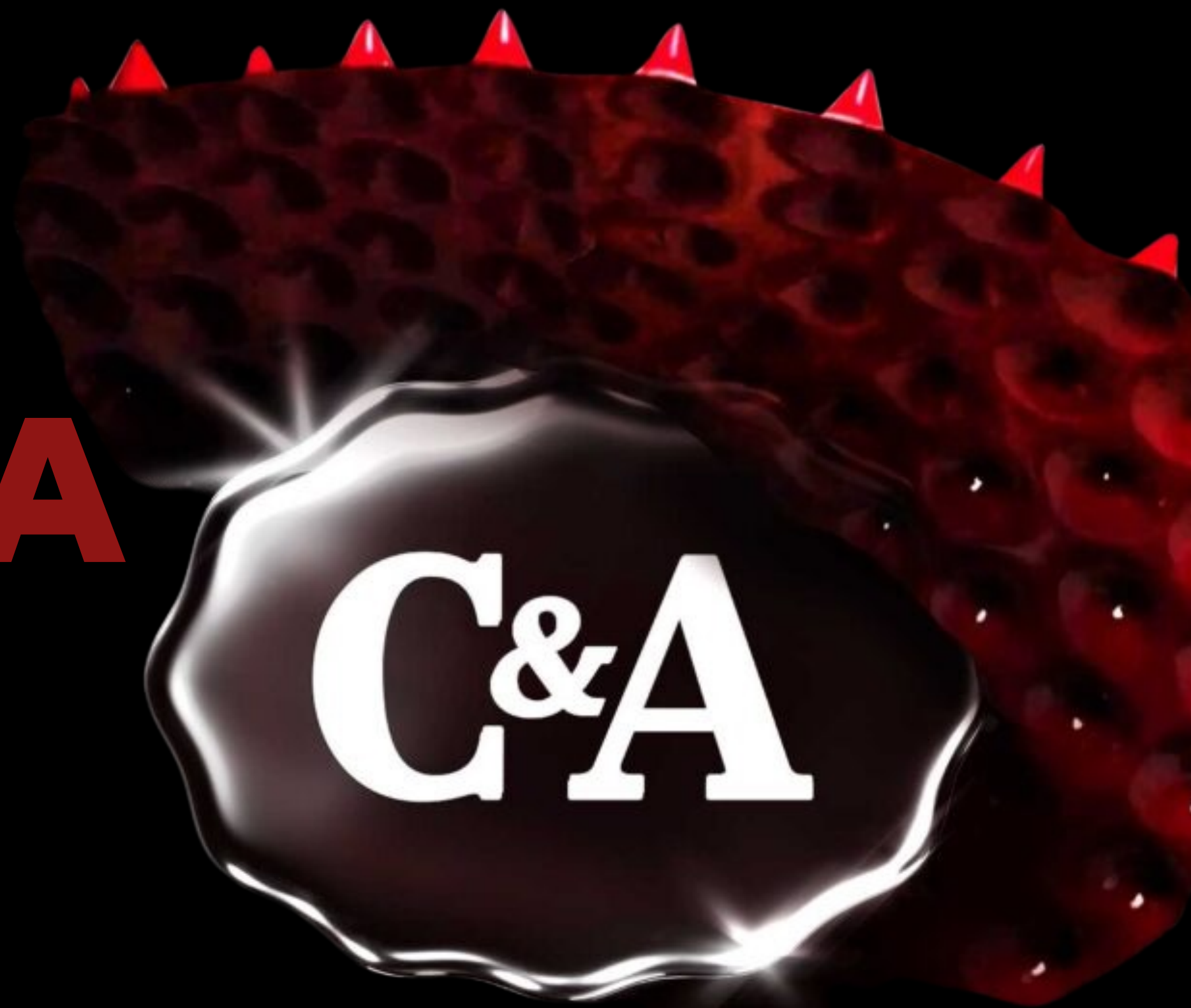
CASE DE PR, INFLUÊNCIA & SOCIAL

Categoria

Experiência de Marca
Comunicação Integrada
Campanha de Comunicação

Time responsável

Adélia Chagas, Lina Garrido, Lucas Nascimento,
Julia Lyz, Letícia Gomes e Julia Barbosa





O DESAFIO DE ESTAR NO **MAIOR SHOW** FEMININO DA HISTÓRIA

Em maio de 2025, a C&A marcou presença em um dos eventos mais aguardados do ano: o Todo Mundo no Rio, que trouxe um show gratuito de Lady Gaga para a Praia de Copacabana.

Como apoiadora oficial de moda do espetáculo, a marca tinha como **objetivo** reforçar seu posicionamento como democrática e culturalmente conectada, especialmente entre o público jovem e LGBTI+, em um cenário de alta competitividade no varejo e de forte ativação por concorrentes internacionais.

E o **desafio**? Ocupar o centro das conversas culturais e midiáticas do país, com patrocínio reduzido participando de um evento de grande impacto midiático, garantindo presença massiva e qualificada na imprensa e nas redes sociais.

INSIGHT

A ideia, pensada em conjunto com a Máquina, foi a de transformar o novo posicionamento, "A Gente se Encontra na C&A" como narrativa central da participação, se transformando em "*A Gente se Encontra com Lady Gaga*", tornando a experiência do usuário real e tangível: **a marca está onde seu público-alvo está.**

ESTRATÉGIA

CENTRAL

Planejamento 360° de PR e influência,
com três momentos-chave de ativação:

**AO LONGO DOS
TRÊS MOMENTOS,
TRABALHAMOS O
POSICIONAMENTO
DE MARIANA PRADO
COMO PORTA-VOZ
OFICIAL DA MARCA.**

Anúncio

Munir jornalistas de informações in-loco durante o anúncio do evento em coletiva de imprensa no Rio de Janeiro e consolidar a C&A como única marca de moda presente no Todo Mundo no Rio

Coleção

Construir um storytelling exclusivo sobre a coleção licenciada da Lady Gaga lançada pela C&A, com matéria-prima sustentável, que gerou vendas e mídia orgânica, se transformando no *"Look Oficial dos Little Monsters"*

Ativações

Para as ações que aconteceriam durante o evento, organizamos um seeding prévio para influenciadores, pautamos veículos de marketing e recrutamos creators e jornalistas para presença e amplificação da marca pré, durante e pós show.

TÁTICO

INFLUÊNCIA

- 100 camisetas produzidas para seeding;
- Mailing com 133 nomes, pensado para incluir fãs reais da Gaga;
- Convite e suporte a influenciadores no evento;
- Parcerias orgânicas: Banca Digital (+2.7M de seguidores nos perfis parceiros) e creators de grande alcance;
- Briefings e alinhamentos individuais com 17 nomes de destaque;
- Clipping e análise de resultados em tempo real.

IMPRENSA

- Presença e acompanhamento de anúncio do evento no Rio de Janeiro;
- Escrita e disparo de press releases segmentados;
- Follow contínuo com imprensa para garantir entradas qualificadas com diversos anúncios;
- Posicionamento de Mariana Prado como porta-voz estratégica;
- Convites e suporte à imprensa na Área VIP;
- Clipping e análise de resultados.

IDENTIFICAÇÃO DO MAIOR DIFERENCIAL

A COLEÇÃO LICENCIADA

Enquanto as outras marcas patrocinadoras e apoiadoras estavam proibidas de utilizar o nome da cantora em suas divulgações, a C&A se diferenciou por já possuir o licenciamento de camisetas da Lady Gaga, o que garantiria amplitude nas divulgações.

E ainda, por se tratar de uma marca de moda, identificamos o potencial das camisetas como objeto de desejo, ajudando a C&A a ampliar presença, especialmente nas redes sociais. As camisetas se tornaram *“O Look Oficial dos Little Monsters”* para o dia do show.

ASSIM, GARANTIMOS:

- Storytelling da coleção, que gerou mídia espontânea em veículos de moda;
- Inserções estratégicas em Elle, FFW, O Globo e outros canais relevantes;
- Produtos apresentados por influenciadores e em posts espontâneos de fãs.



BIG NUMBERS

PR

35.379 Mi*

de pessoas alcançadas
apenas na imprensa

303*

matérias sobre "Gagacabana"
com menções à C&A

R\$36.479Mi*

de valoração estimada

Influs
Orgânicos

133

nomes mapeados
e sugeridos

7.913.700

milhões de pessoas
impactadas estimadas

1.111.594

de visualizações
nas postagens

Social
Listening

+20k

de menções nas redes sociais
entre 4 de abril e 7 de maio

77%

das menções
são positivas

+ 11 Mi

de pessoas alcançadas
pelas publicações

**IDM (Índice de Desempenho de Mídia) é a métrica usada pelo PR da C&A para avaliar a eficácia das ações de comunicação na imprensa mês a mês. O IDM contabiliza apenas os veículos de interesse para a marca, assim, neste crescimento de 8,77% encontra-se apenas um percentual das 303 matérias sobre Gagacabana.*



IMPACTO E PERCEPÇÃO



Fortalecimento da marca como ousada, conectada à cultura pop e próxima de comunidades relevantes (jovens e LGBTQIAP+)



Nos nichos de maior interesse, Lady Gaga representou um Crescimento de 8,77% NO IDM* de abril, impulsionado pelo lançamento da coleção e a expectativa pelo show



C&A foi uma das marcas mais citadas do evento, ultrapassando patrocinadores master em inserções relevantes



Criou um blueprint para ativações futuras da marca em grandes eventos culturais, após a participação no Maior Show Feminino da História, de acordo com Guinness World Records

**IDM (Índice de Desempenho de Mídia) é a métrica usada pelo PR da C&A para avaliar a eficácia das ações de comunicação na imprensa mês a mês. O IDM contabiliza apenas os veículos de interesse para a marca, assim, neste crescimento de 8,77% encontra-se apenas um percentual das 303 matérias sobre GagaCabana.*

DESTAQUES NA IMPRENSA

Os principais veículos do país falaram sobre a C&A no evento

CLAUDIA

ELLE

vejaRio

FOLHA DE S. PAULO

Moda

Lady Gaga no Brasil: C&A lança coleção exclusiva cantora

Coleções específicas

OS LOOKS DAS FAMOSAS PARA O SHOW DE LADY GAGA EM COPACABANA

Beira-Mar

Todo mundo vai se vestir de Lady Gaga para o megashow em Copacabana

Apoiadora do evento, C&A lança coleção exclusiva licenciada da cantora para os fãs usarem

meio&mensagem

Com Lady Gaga no Rio, marcas apostam em ativações especiais para o público

C&A

A C&A preparou ativações como o Espaço Poker Face, que utiliza Inteligência Artificial para permitir que os fãs participem de um quiz, tirem fotos e recebam um vídeo personalizado para as redes sociais, além de um brinde.

... as da C&A inspiradas em álbuns icônicos da cantora custam a partir de R\$ 59,99

Por Da Redação
17 abr 2025, 14h03



A rede C&A tem usado os eventos plataforma de comunicação, em u que inclui o Rock in Rio e o São J Campina Grande, na Paraíba. A c vem criando coleções específicas. Mariana Prado, gerente sênior de Marketing, a moda vai além das diz que o show da Lady Gaga ser maior ativação em 2025:

— Lançamos este mês uma coleção com camisetas estampadas com da artista, feitas com algodão m sustentável, disponíveis nas loja canais digitais.



folhadespaulo • Seguindo
Áudio original

folhadespaulo 3 sem
LIDERANÇAS DO VAREJO | Paulo Correa, 60, está animado com o show da cantora americana Lady Gaga no próximo dia 3, no Rio. A filial brasileira da holandesa C&A, que ele preside há dez anos, será uma das patrocinadoras oficiais do evento aberto, realizado na orla de Copacabana.

Leia mais na #Folha:
folha.com/economia



DESTAQUES DE INFLUÊNCIA E CONTEÚDO

Com verdadeiros fãs

Vicky Travassos
337k seguidores

Adam Mitch
1.5M seguidores



Geshow
1M de seguidores



you know you realized a dream
hahaha and it was incredible this partnership!

MANO 14:24
EU TO PASSANDO MAL 14:24
ANAO PARO DE CHORAR 14:24

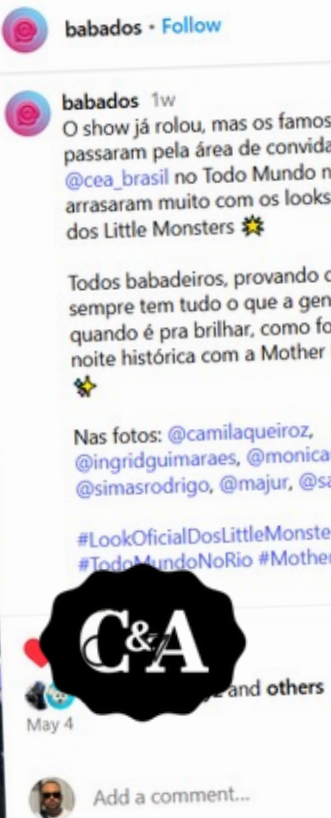
Pedro Oliveira
226k seguidores



Chegou 🥹❤️ 10:04
Vc é tudo!!!! 10:04
Obg msm 10:04

Babados
1.7M seguidores

Ingrid Guimarães, Mônica Martelli, Camila Queiroz, e mais: confira os looks icônicos da C&A que os famosos escolheram para o show histórico da Mother Monster em Copacabana na noite de ontem

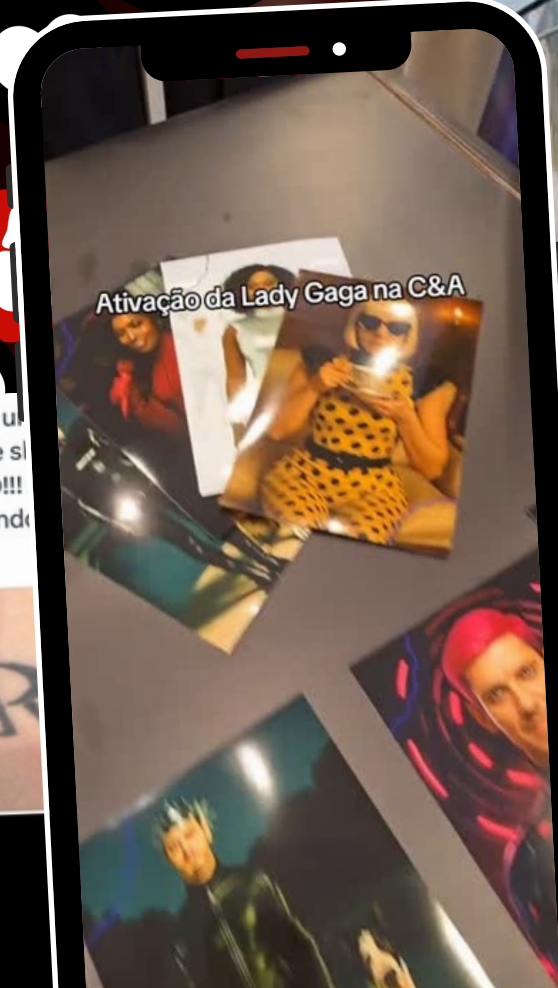
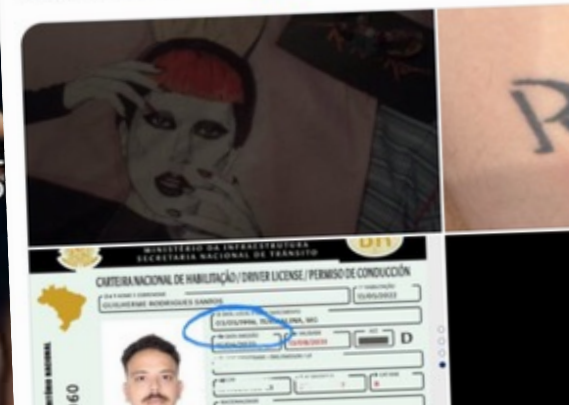


DESTAQUES DE SOCIAL

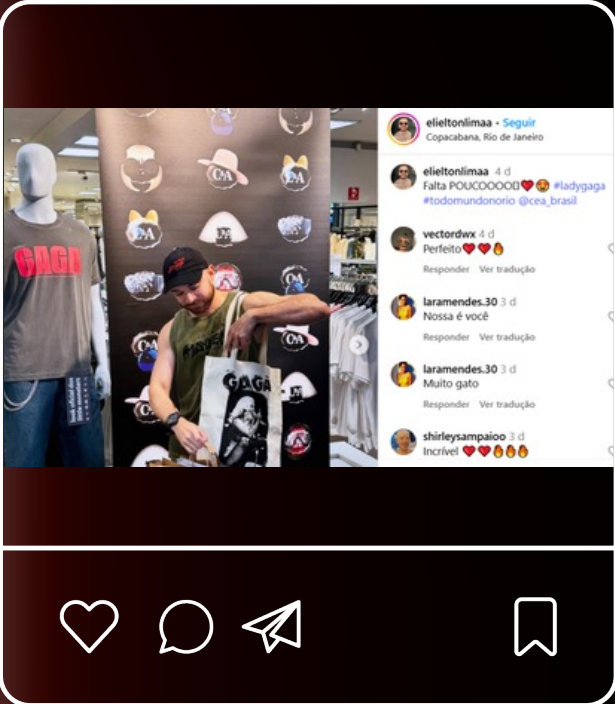
Posts mostraram percepção positiva com a coleção, evento e divulgação



Erika e C&A, eu sou little monster e a Gaga foi um suporte ao me assumir gay aos 16 anos. esse suéter é especial p mim pq HOJE É MEU ANIVERSÁRIO!!! MESMA tatuagem que a gaga fez homenageando a pro show da L oficialmente fo



Ativação da Lady Gaga na C&A



RESUMO EXECUTIVO DO CASE

Nome do Case

"A Gente se Encontra com Lady Gaga" - C&A no Maior Show Feminino da História

Categoria

Experiência de Marca
Comunicação Integrada
Campanha de Comunicação

Agência

MÁQUINA

Marca

C&A

Time responsável pelo case

VP de Contas Estratégicas

Adélia Chagas

Diretora

Lina Garrido

Gerente

Lucas Nascimento

Atendimentos

Julia Lyz

Letícia Gomes

Julia Barbosa

Desafio

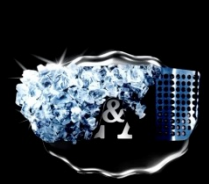
Em parceria com a Máquina, a C&A conectou moda, cultura pop e diversidade no maior show feminino da história, transformando sua presença em uma experiência relevante. Mesmo com uma cota menor de patrocínio, a marca ocupou o centro das conversas e pautou a imprensa proativamente.

Solução

Transformamos o patrocínio ao Todo Mundo no Rio e o licenciamento exclusivo da coleção Lady Gaga em uma plataforma integrada de PR e influência, que destacou a C&A como protagonista e entregou uma experiência inesquecível no maior show feminino da história, de acordo com o Guinness World Records.

Resultados-chave

- 303 matérias na imprensa com R\$ 36,4 milhões em mídia espontânea;
- Superou patrocinadoras master em visibilidade;
- Mais de **36.4 milhões de pessoas impactadas via imprensa;**
- Mais de 7,9 milhões de pessoas impactadas com influência orgânica;
- IDM +8,77% no mês da campanha;
- Única marca de moda presente no evento.



MÁQUINA