Intermodal South America 2018

Página 1 Comunicação

Cenário e desafios

Sobre a GLP

A GLP é a líder global em instalações logísticas modernas. A partir de sua rede de propriedades bem localizadas e um ecossistema de parceiros, a GLP oferece o espaço e soluções integradas para gerar valor para seus clientes. A companhia tem posição dominante de mercado em oito países e é uma das maiores gestoras de fundos imobiliários do mundo, gerenciando mais de US$ 50 bilhões de ativos com um portfólio global de 62 milhões de metros quadrados.

Sobre a Intermodal 2018

A Intermodal South America é o principal evento de logística, transporte de cargas e comércio exterior do país. A 24ª edição da feira aconteceu entre os dias 13 e 15 de março, no pavilhão São Paulo Expo, na capital paulista.

PÁGINA1 COMUNICAÇÃO

Cenário e desafios

- Nosso objetivo era destacar a GLP entre os mais de 400 expositores, que também disputavam a atenção da imprensa e do público presente.
- Era preciso demonstrar ao público da Intermodal os detalhes e vantagens dos empreendimentos da GLP, sem que as pessoas saíssem da feira.
- Assim como os condomínios logísticos construídos pela GLP, a marca deve estar sempre associada à inovação e à tecnologia de ponta. Estabelecer essa marca entre representantes do mercado e na imprensa foi o foco principal da comunicação planejada para o evento.
- A linguagem utilizada nas ações de comunicação deveria atender tanto ao público leigo quanto a profissionais do setor de logísticas, sem que soasse incompreensível ou muito básica.

Estratégia

Café com o presidente

- A Página 1 decidiu estreitar o relacionamento da imprensa com o presidente da GLP no Brasil, Mauro Dias. Para isso, organizamos um encontro com jornalistas em um formato nunca antes adotado pela empresa.

- O café com o presidente proporcionou um ambiente mais informal, com caráter menos sisudo que uma coletiva de imprensa. Durante o encontro, os jornalistas tiveram a oportunidade de perguntar diretamente ao presidente da empresa sobre os próximos investimentos no país e o mercado brasileiro de logística.

- Durante o evento, a GLP divulgou um investimento de R$ 400 milhões em obras para ampliar três condomínios logísticos no Brasil.

Estratégia

Estande

- Pela primeira vez no País, uma empresa do mercado imobiliário logístico apresentou uma maquete com realidade mista. O GLP Holographic Views misturou realidade virtual e realidade aumentada para tornar possível fazer um tour completo pelo GLP Duque de Caxias e até levantar o teto do galpão para observar as características e diferenciais da área interna.

- Outra atração foi um game de realidade virtual, no qual o visitante se transporta para dentro de um dos galpões da empresa. Sentado em um carrinho simulado virtualmente, o usuário pôde conhecer os diferenciais do galpão GLP e, ao final, marcar pontos de acordo com o aproveitamento das posições pallets, demonstrando a eficiência da instalação logística.

- Foi distribuída a calculadora de eficiência logística da GLP. O dispositivo mostra como otimizar a relação custo-benefício para o cliente na locação de galpões logísticos. O objetivo é chamar a atenção para alguns fatores importantes durante a escolha de um empreendimento.

Estande

GLP

GLP

92%
%EFIC
Posições Pallets
Custo por Pallet - 12m
Custo por Pallet - 10,5m
Custo por Pallet - 9m
Eficiência da Área %
$ 12m
$ 10,5m
$ 9m
ON AC
7
8
9
÷
CE
4
5
6
×
%
1
2
3
−
OFF
0
.
=
+
CALCULADORA DE EFICIÊNCIA LOGÍSTICA
GLP

Café com o presidente

Todos os 13 jornalistas presentes no evento participaram do café com o presidente da GLP, representando 10 veículos de mídia. A entrevista serviu como base para diversas reportagens publicadas posteriormente.

Resultados

- *A participação da GLP na Intermodal rendeu 40 menções diretas em veículos nacionais e na mídia especializada.*
- *Centenas de pessoas passaram pelo estande da GLP na Intermodal 2018. As ações da empresa estiveram entre os grandes destaques do evento.*

A mensagem da comunicação planejada pela Pg1 e pela Domínio Público foi a busca da inovação para a máxima eficiência na logística, setor que ainda tem muito a evoluir no Brasil. Essa mensagem provou-se relevante para a imprensa, para a sociedade e também do ponto de vista comercial.

Destaques na imprensa

GLP

ESTADÃO

Teaser

OBITUÁRIOS TARDIOS
'NYT' se retrata com mulheres notáveis
Nesta semana, o jornal *The New York Times* fez uma homenagem a mulheres notáveis que não foram tema de obituários da publicação ao morrerem. Entre as personagens ignoradas pela publicação figuram a escritora Charlotte Brontë, do clássico *Jane Eyre*, e Emily Warren Roebling, que comandou a construção da Ponte do Brooklyn após o marido adoecer. Ao todo, 15 mulheres tiveram suas histórias recontadas na edição do *NYT* da última quinta-feira, 8 de março. O jornal admite, porém, que os problemas não ficaram para trás. Segundo o site *Creativity*, mesmo hoje só um em cada cinco obituários retrata mulheres.

CONSCIENTIZAÇÃO
Lacoste usa espécies ameaçadas em logomarca

A marca francesa de camisas Lacoste substituiu seu famoso crocodilo por espécies ameaçadas em uma edição limitada de seus produtos desenvolvida em parceria com a ONU Meio Ambiente. O objetivo é chamar a atenção para espécies de rinocerontes, tartarugas, condores e tigres que podem ser extintas nos próximos anos. A edição limitada, lançada no fim do mês passado, ainda pode ser encontrada no e-commerce internacional da marca.

JOGO DE PÔQUER
Rainha ganha de rei
A FCB Inferno, de Londres, propôs na semana passada uma nova forma de jogar pôquer, denominada Queen Rules. Pelas novas regras, ter uma rainha na mão vale mais do que um rei, e não mais o contrário.

LOGÍSTICA
Empresa usa game para apresentar instalações
Para apresentar seus condomínios logísticos, a empresa GLP, líder no setor no País, criou um game. As pessoas que comparecerem ao estande da marca da Feira Intermodal South America, em São Paulo, vão percorrer as instalações usando um óculos de realidade virtual. No jogo, o participante visualiza várias características da instalação, e quem ocupar melhor os espaços será o vencedor.

BEBIDAS
Brahma apresenta 'rótulos campeões'

O primeiro filme da marca de cerveja Brahma para a Copa do Mundo de 2018 destaca os rótulos que eram usados pela empresa durante os mundiais de 1958, 1962, 1970, 1994 e 2002 – as cinco vezes que o Brasil trouxe a Copa para casa. O filme, criado pela agência Africa, mostra personagens interagindo nessas diferentes épocas. Para marcar a passagem do tempo, a campanha não usa só rótulos, mas também ambientação e trilha sonora.

AGÊNCIA ESTADO

ESPECIAL: MERCADO DE GALPÕES LOGÍSTICOS MOSTRA RECUPERAÇÃO A PASSOS LENTOS

São Paulo, 14/03/2018 - O setor de galpões logísticos em São Paulo deve manter a trajetória de recu
2018, refletindo o crescimento moderado do consumo e a maior procura de varejistas e indústrias po
distribuição em regiões estratégicas. Embora a perspectiva seja positiva, ainda existem preocupações
enfrente turbulências em razão do período eleitoral e das incertezas sobre os rumos do País no próxi

"Há uma curva ascendente no setor, o que é já uma boa notícia", afirma a presidente da consultoria i
Celina Antunes. Segundo a executiva, há maior procura de inquilinos por galpões e por terrenos para
Por outro lado, aponta que a evolução é lenta e demanda cautela. "Ainda estou receosa se a recuper
tivéssemos as eleições pela frente, eu estaria mais otimista", pondera.

Conforme levantamento da Cushman & Wakefield, o saldo entre as áreas alugadas e devolvidas (cha
no setor de galpões ficou positivo em 199 mil m² em São Paulo em 2017, alta de 44% ante 2016. Em
positivo, em 9 mil m², o que mostra um crescimento a passos lentos.

Além disso, a quantidade de áreas vagas nos galpões ainda está acima da média histórica. A vacância
2016 para 23,9% em dezembro de 2017, devido à entrega de novos empreendimentos que ainda nã

Valor ECONÔMICO

Curtas

Lançamentos da SKR
A SKR, construtora da qual a Cyrela possui 50% de participação, projeta lançar R$ 300 milhões neste ano, mais de três vezes o Valor Geral de Vendas (VGV) de R$ 90 milhões registrado em 2017. A incorporadora vai apresentar três projetos na cidade de São Paulo. Os investimentos previstos para 2018 somam R$ 60 milhões.

Investimentos da GLP
A Global Logistic Properties (GLP) pretende investir R$ 400 milhões na ampliação de três condomínios logísticos em São Paulo. Os investimentos possibilitarão que a maior empresa com atuação em galpões eleve seu portfólio em 240 mil m². A GLP tem 2,8 milhões de m² construídos. A taxa de locação do portfólio estabilizado é de 91%.

Vianna deixa Itaipu
O diretor-geral da parte brasileira da Itaipu Binacional, Luiz Fernando Vianna, vai deixar a companhia em abril para assumir um cargo no grupo Delta Energia. Amanhã, o executivo completará um ano à frente da parte brasileira da companhia, responsável pela operação da hidrelétrica de Itaipu, de 14 mil megawatts

mundo LOGÍSTICA

GLP vai usar realidade mista para apresentar condomínios logísticos na Intermodal

Publicado em 22/02/2018

Marca é a primeira do mercado imobiliário logístico no Brasil a usar a tecnologia para expor empreendimentos

Redação MundoLogistca

Com a chegada da 24ª Intermodal South America (entre os dias 13 e 15 de março), as empresas já começam a planejar as exposições. A GLP, uma das companhias que vão participar do evento, resolveu fazer isso usando

REVISTA Logística & SUPPLY CHAIN (IMAM)

CAPA

O MUNDO EM MOVIMENTO

É o mote da Intermodal South America – maior evento das américas para os setores de Logística, Transporte de Cargas e Comércio Exterior

Novo período

Infraestrutura

GLP

DNA Logístico

Tecnologia

GLP leva para a Intermodal tecnologia de ponta para apresentar seus condomínios logísticos

Números da GLP

"A GLP é a primeira marca do mercado imobiliário logístico a apresentar seus produtos em realidade mista"

DNA LOGÍSTICO | MARÇO - 2018

DIÁRIO DOS CAMPOS

ECONOMIA

Empresas investem em inovação para ampliar o e-commerce no Brasil

15/03/2018 às 16:03 - por Assessorias

INTERMODAL SOUTH AMERICA

O crescimento do e-commerce no Brasil está diretamente relacionado com as inovações que o segmento de logística expressa precisa implementar. Isso é que apontam players do segmento como Fabien Mendez, CEO da Loggi, empresa especializada em entregas rápidas. "A venda do varejo por e-commerce no país é de 3%, enquanto que na China já é de 20%. Isso deve ao investimento em inovação que marcas como Ali Baba e Ali Express fizeram em entregas same-day e next-day. O foco principal dessa estratégia é planejar com foco na experiência do usuário", aponta.

Mendez quer que a Loggi seja catalisadora dessa tendência de entregas rápidas no Brasil. "O prazo de entrega curto virou o principal fator de conversão de vendas. Cerca de 40% de clientes da Loggi tiveram um aumento nos negócios com a implantação do same-day e next-day. Sempre é bom lembrar que 40% pode representar a vida ou morte de um e-commerce", diz o CEO, que proferiu palestra durante a XXI Conferência Nacional de Logística (CNL), organizada pela Abralog (Associação Brasileira de Logística) durante a Intermodal South America.

Para confirmar a tendência da logística expressa ser fator estratégico para o sucesso de um negócio no ambiente digital, Fabien Mendez apresenta outro dado: "Uma

Obrigado!

Entre em contato conosco:

pg1com.com

brasil@pg1com.com

(41) 3018 3377

pg1com