



ID: 100796354

01-08-2022



ESPECIAL

GRANDES ESPAÇOS COMERCIAIS



de 1996 o primeiro projecto do Palácio do Gelo Shopping. Mas só em 2008 é que abriria portas aquele que se viria a afirmar e destacar como o grande centro comercial da Região Centro. Com uma oferta alargada de lojas de marcas de referência que até então não existiam na cidade de Viseu, um food court diferenciador ou a única pista de gelo que está aberta

todo o ano no nosso País, o Palácio do Gelo Shopping acabaria por se destacar na cidade, chamando a si uma nova centralidade. Conforme refere Cristina Lopes, directora do Palácio do Gelo Shopping, a sua implantação na zona sul da cidade contribui para a «intensa

DESDE QUE ABRIU PORTAS QUE O PALÁCIO DO GELO SHOPPING TEM SABIDO CAPTAR CLIENTES, MARCAS, PARCEIROS E EVENTOS. UM CASO DE DIFERENCIAÇÃO NA REGIÃO CENTRO

actividade imobiliária nesta área constituindo-se como uma nova centralidade, com a construção do novo Hospital Cuf Viseu, a residência Orpea, clínicas e diversos lotes de apartamentos», destacando ainda: «Conseguimos ser um polo aglutinador de uma vasta região Centro de Portugal, incluindo

distritos vizinhos de Viseu, como Aveiro, Coimbra, Vila Real e Guarda, além de recebermos, igualmente, muitos clientes espanhóis dada a relativa proximidade com Castela e Leão.»

Quando abriu o Palácio do Gelo Shopping, qual foi o conceito ino-

**DESDE HÁ 14 ANOS**

FRUTO DA ENORME PROCURA POR PARTE DOS CONSUMIDORES E CORRESPONDENDO À EXPECTATIVA DE MARCAS QUE PROCURAVAM VISEU E A REGIÃO CENTRO PARA EXPANSÃO, SURTIU EM 2008 O NOVO PALÁCIO DO GELO SHOPPING

**PALÁCIO DO GELO**
SHOPPING**vador e diferenciador que levou até à região?**

O primeiro projecto Palácio do Gelo abriu ao público em 1996. Na primeira versão, o empreendimento integrava dois edifícios, o Palácio do Gelo propriamente dito que enquadrava a área comercial e a primeira pista de gelo do País, e o Palácio dos Desportos/Palácio dos Congressos e Palácio da Saúde, proposta inovadora a nível nacional que integrava no mesmo complexo actividades comerciais, desporto e lazer (piscinas, pavilhão polidesportivo, ginásios, spa) e sala de congressos.

Fruto da enorme procura por parte dos consumidores e correspondendo à expectativa de marcas que procuravam Viseu e a Região Centro para expansão, surgiu em 2008 o novo Palácio do Gelo Shopping, designação que adoptámos.

O Palácio do Gelo Shopping criou um conceito inovador ao construir um novo edifício, com mais de 175 mil metros quadrados, especialmente desenhado para a fruição dos diferentes segmentos que o integram: comércio, entretenimento, desporto, saúde e serviços.

O empreendimento reúne inúmeras características diferenciadoras que permitem oferecer uma das melhores shopping and leisure experiences do nosso País: grande luminosidade interior, amplos espaços de circulação, zonas de estar de elevado conforto, espaço exterior com terraço e esplanadas, vista panorâmica e envolvente sobre a Serra da Estrela e novos conceitos de entretenimento para toda a família. Tirando partido da centralidade da região e da dinâmica de eventos que organiza, conquistou a fidelidade de milhões

» Cristina Lopes,
directora do
Palácio do Gelo
Shopping

de visitantes e contribuiu para a transformação e modernização do comércio da cidade, tornando Viseu um destino de referência.

Além do conceito inovador do centro comercial, que outras mais-valias acrescentou o Grupo Visabeira?

Uma das mais-valias foi proporcionar à população de uma vasta região o acesso a lojas de marcas de referência que até então não existiam na cidade, concentrar numa praça de restauração a oferta de múltiplos conceitos gastronómicos, aceder a um hipermercado dispondo de estacionamento coberto, e na área de desporto, bem-estar e lazer, ter aumentado a oferta com o ForLife – piscinas, ginásios, spa e cabeleireiro, entre outros – num espaço com 20 mil metros quadrados.

Por outro lado, a construção deste novo edifício permitiu a instalação da sede do Grupo Visabeira com os serviços partilhados do Grupo a receberem cerca de 800 colaboradores, distribuídos pelos dois últimos pisos do empreendimento.

A implantação do Palácio do Gelo Shopping na zona sul da cidade contribui para a intensa actividade imobiliária nesta área constituindo-se como uma nova centralidade, com a construção do novo Hospital Cuf Viseu, a residência Orpea, clínicas e diversos lotes de apartamentos.

Na altura, a pista de gelo foi um dos grandes motivos de atracção para o público...

A Pista de Gelo foi, e continua a ser, um dos principais motivos de



ESPECIAL
GRANDES ESPAÇOS COMERCIAIS

PALÁCIO DO GELO SHOPPING



PALÁCIO DO GELO
SHOPPING



atração para o público na medida em que é a única pista de gelo a nível nacional aberta todos os dias do ano e que permite aos nossos clientes e visitantes terem uma experiência diferenciadora em todas as épocas do ano e não apenas no Inverno. Graças a esta estrutura, é-nos possível ter, inclusive, uma escola de patinagem do gelo, onde adultos e crianças podem aprender ou aperfeiçoar a sua técnica de patinagem. Aliás, a escola de patinagem é liderada por uma profissional do ForLife/ Palácio do Gelo Shopping, Marta Gouveia, recente vice-campeã nacional de patinagem artística no gelo, e vencedora da categoria "Free Skating Bronze class 2/3" no Bucharest Open, realizado recentemente na Roménia.

Quais é que identificaria como sendo as mais-valias deste centro co-



A PISTA DE GELO CONTINUA A SER UM DOS PRINCIPAIS MOTIVOS DE ATRAÇÃO PARA O PÚBLICO NA MEDIDA EM QUE É A ÚNICA PISTA DE GELO A NÍVEL NACIONAL ABERTA TODOS OS DIAS DO ANO

mercial para os clientes, ao nível de atracções, lojas, desporto?

O Palácio do Gelo Shopping reúne no seu portefólio diversas marcas do panorama nacional e internacional em diversos segmentos que tornam a nossa oferta muito interessante para clientes e visitantes. Adicionalmente, uma das características do shopping é a pluralidade de eventos e actividades de lazer e entretenimento que proporcionamos aos nossos clientes e visitantes e que vão muito para além da oferta comercial. A conjugação destas duas componentes transformam o Palácio do Gelo Shopping num centro comercial mais atractivo e diferenciador.

Conseguimos ser um polo aglutinador de uma vasta região Centro de Portugal, incluindo distritos vizinhos de Viseu, como Aveiro, Coimbra, Vila Real e Guarda, além de recebermos, igualmente, muitos clientes espanhóis dada a relativa proximidade com Castela e Leão.

O Palácio do Gelo Shopping adoptou práticas para garantir que todas as pessoas possam caminhar em segurança nos centros comerciais?

O Palácio do Gelo Shopping sempre se pautou por manter a segurança de todos os que visitam as nossas instalações. Durante o período de pandemia, foram muitas as medidas implementadas adicionais às medidas recomendadas pela DGS. Mesmo depois do levantamento das medidas restritivas, muitos dos procedimentos estabelecidos durante os dois anos de pandemia foram mantidos, sobretudo os relacionados com a desinfectação dos

pontos de maior contacto. Importa ainda referir que o Palácio do Gelo Shopping dispõe de amplas zonas de circulação que permitem que as pessoas possam circular de forma segura, respeitando o distanciamento aconselhado.

Atendendo ao actual contexto, as pessoas, hoje, vêm ao Centro Comercial mais para comprar ou para passear? Qual a vossa percepção?

Durante o período de pandemia a maior parte das pessoas que visitava os centros comerciais e o Palácio do Gelo Shopping faziam-no, fundamentalmente, com o objectivo de comprar. No entanto, no caso do Palácio do Gelo Shopping, percebemos que as amplas zonas de circulação facilitaram a transmissão de um sentimento de segurança aos clientes em geral, não havendo lugar a uma quebra drástica da circulação.

Ao longo dos meses, depois do levantamento das medidas restritivas, aquilo que sentimos é que progressivamente se retomam alguns dos hábitos normais dos consumidores e, por conseguinte, voltamos a ter muitos clientes que aproveitam para fazer compras e passear no shopping.

Houve alguma mudança nos diferentes tipos de perfil de consumidores?

Não. Genericamente o tipo de perfil de consumidor mantém-se. O que mudou foram os comportamentos dos consumidores. Contudo, sentimos que progressivamente começamos a ter menos diferenças face ao comportamento dos clientes face ao período pré-pandemia. ●