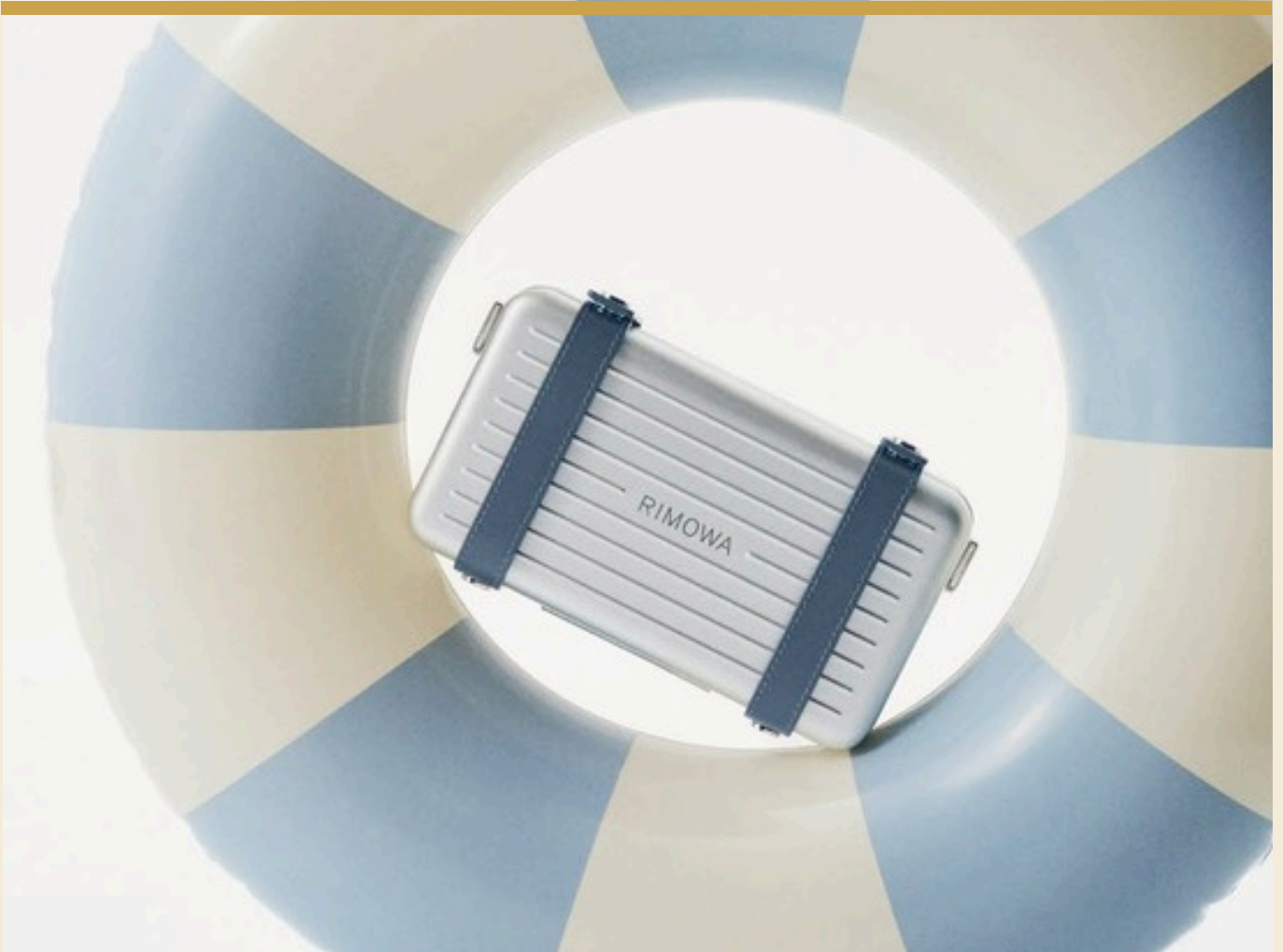


EDIÇÃO JULHO 2026

BLACKCARD



O luxo está mudando de lugar

ARTE · GASTRONOMIA · BELEZA · MODA · VIAGENS

S U A D O S E
S E M A N A L D E
E X P E R I Ê N C I A S



Créditos Divulgação

A INSIDER transformou o WhatsApp em um canal completo de vendas. Entre março e junho, a IARA gerou R\$ 400 mil em receita e mais de 1.600 pedidos. A ferramenta converte quase 20% dos atendimentos e conduz o cliente até o pagamento sem sair da conversa. O resultado mostra como o comércio conversacional começa a redesenhar a experiência de compra no varejo brasileiro.



Crédito: Delta Air Lines / Divulgação

A Verde Joias transformou uma folha de manga em caneta tinteiro. A peça une escrita, natureza e memória. Cada detalhe preserva as formas originais da folha. Um presente pensado para acompanhar histórias entre gerações.



Créditos Divulgação

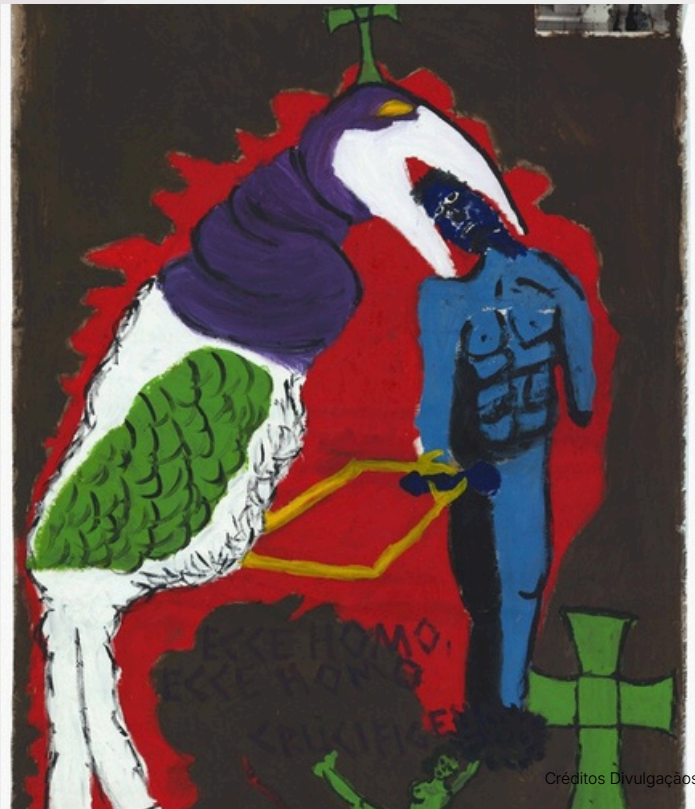
O Clara Resorts relançou a campanha "Meu Presente". Na compra de quatro diárias, a família recebe uma noite adicional. A condição vale nas unidades de Dourado e Ibiúna. A proposta é transformar mais tempo junto em parte da viagem..

O movimento revela uma mudança no turismo familiar. Viajar bem não significa apenas preencher a agenda, mas permanecer o suficiente para que a experiência encontre seu próprio ritmo..

Daily News



A BlackCard acompanhou o lançamento e traz o olhar editorial: o Crush Absolu mantém o DNA do Coco Mademoiselle, mas ganha uma presença mais frutada na saída, com lichia e toranja, e uma base mais quente, com baunilha ganhando protagonismo. A escolha de Gracie Abrams como embaixadora é uma aposta clara: a Chanel quer conversar com a mulher que está construindo sua própria narrativa.



A Janaina Torres Galeria celebra 10 anos com a coletiva É Tempo Ainda. A exposição reúne 26 artistas de diferentes gerações. O percurso atravessa linguagens e regiões do Brasil. A mostra abre em 15 de agosto, em São Paulo.



O BMW iX3 inaugura a Neue Klasse no Brasil. O SUV elétrico entrega 469 cv e autonomia de até 570 quilômetros. O modelo estreia uma nova experiência digital e arquitetura definida por software. Suas tecnologias chegarão a dezenas de BMW até 2027.



Créditos Divulgação

Recém-saído da vitória em Wimbledon, Jannik Sinner embarcou no EXPLORA III para o primeiro trecho da viagem pré-inaugural Prelude pelo Mediterrâneo. Entre Gênova e Marselha, o número 1 do mundo participou de conversas sobre disciplina e alta performance, inaugurou a quadra de padel do navio e apresentou o programa de bem-estar desenvolvido com a Explora Journeys.

A experiência mostra como a hospitalidade de luxo começa a se aproximar do esporte não apenas pelo prestígio dos grandes nomes, mas pelo acesso a conhecimentos, bastidores e novas formas de pensar equilíbrio, recuperação e longevidade.



NO SITE | O Itaú lançou a ia.i, sua nova experiência com inteligência artificial. O cliente poderá conversar com o banco por texto ou voz. A ferramenta já atende 300 mil pessoas. Até o fim de 2026, deve chegar a toda a base.



A FARM Rio levou o espírito das feiras brasileiras a Saint-Tropez. A marca transformou um mercado tradicional em experiência de moda e cultura. A ação integra uma programação de verão que passa por Ibiza e Capri. A identidade brasileira permanece no centro de sua expansão global.







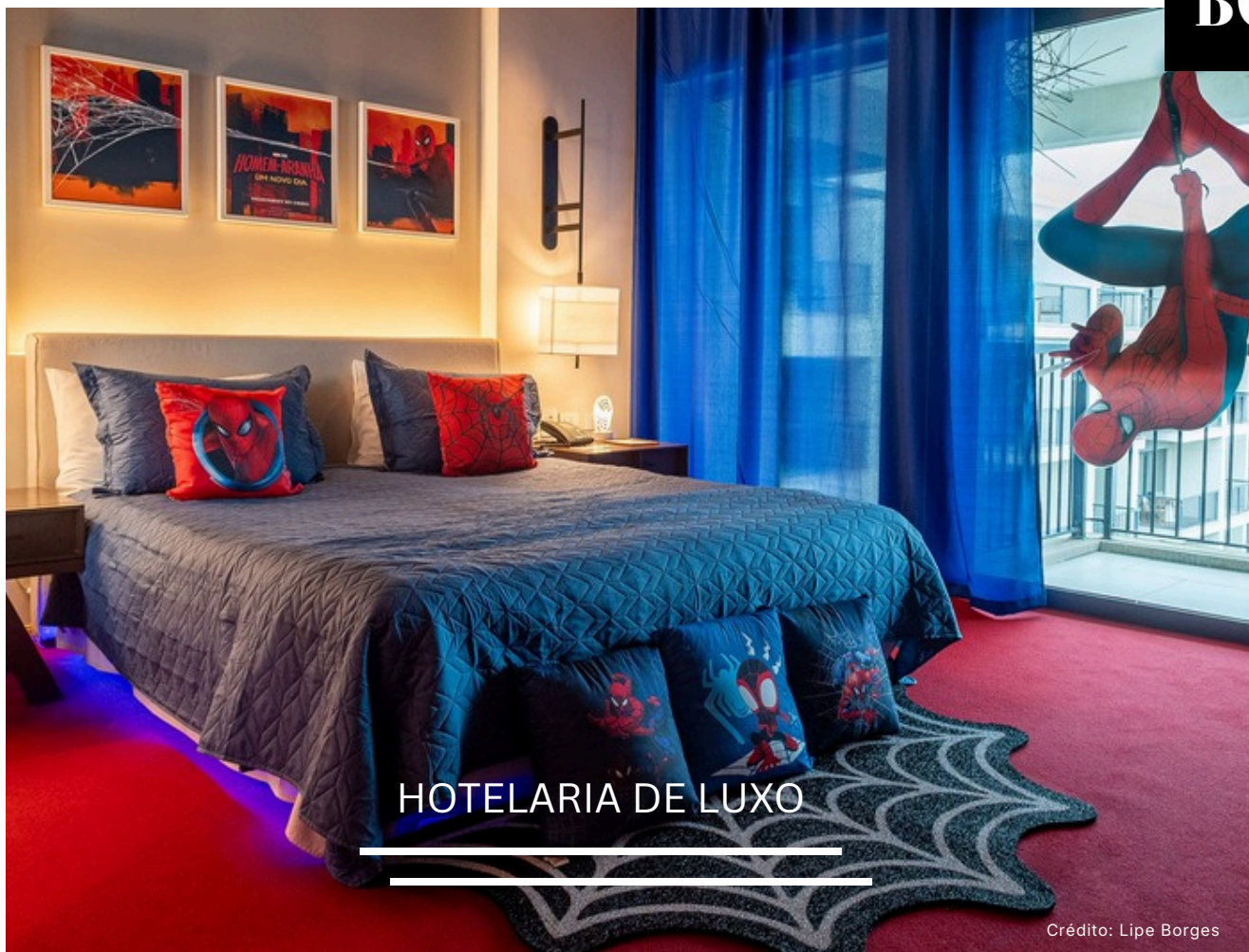
COMPARTILHE

BLACKCARD

EXPERIÊNCIAS

O CINEMA TERMINA QUANDO OS CRÉDITOS APARECEM.

WWW.REVISTABLACKCARD.COM.BR



Crédito: Lipe Borges

O UNIVERSO DO HOMEM-ARANHA SAIU DAS TELAS E CHEGOU AO GRAND HYATT RIO DE JANEIRO.

ATÉ 30 DE AGOSTO, O HOTEL OFERECE UM QUARTO TEMÁTICO INSPIRADO EM HOMEM-ARANHA: UM NOVO DIA, COM VISTA PARA O MAR E ESPAÇO PARA FAMÍLIAS DE ATÉ QUATRO PESSOAS.

A EXPERIÊNCIA COMEÇA NO CHECK-IN, COM CARTÕES PERSONALIZADOS, E CONTINUA COM CAFÉ DA MANHÃ ESPECIAL, DECORAÇÃO TEMÁTICA E UMA ÁREA GAMER COM PLAYSTATION 5 E O JOGO MARVEL'S SPIDER-MAN 2.

ATÉ O ELEVADOR QUE LEVA AO KIDS CLUB ENTROU NA NARRATIVA.

A INICIATIVA MOSTRA COMO A HOTELARIA ESTÁ TRANSFORMANDO FILMES E PERSONAGENS EM EXPERIÊNCIAS CAPAZES DE ENVOLVER TODA A ESTADIA.

PARA OS HÓSPEDES, NÃO SE TRATA APENAS DE VISITAR O RIO OU ASSISTIR AO NOVO FILME. É A POSSIBILIDADE DE PASSAR ALGUMAS NOITES DENTRO DA HISTÓRIA.



CONECTE-SE CONOSCO

@REVISTABLACKCARD

E-MAIL:

PATRICIA@REVISTABLACKCARD.COM.BR

WWW.REVISTABLACKCARD.COM.BR

