

## Com Lu e Brás como protagonistas, futebol é a aposta dos Postos Petrobras



*Os mascotes Lu e Brás são os craques da nova fase da campanha, que busca se aproximar dos brasileiros ao reforçar a variedade de serviços disponíveis nos Postos Petrobras*

**Rio de Janeiro, 15 de julho de 2024** – As transmissões de jogos de futebol ganham dois reforços de peso a partir da segunda quinzena de julho. A dupla de mascotes dos Postos Petrobras, os calangos Lu e Brás, entram em campo na segunda onda da campanha publicitária criada pela agência África para a Vibra, líder do mercado de distribuição no país e licenciada exclusiva da marca Petrobras. Quem acompanhar os jogos da Copa do Brasil e do Campeonato Brasileiro (jogos dos Athletico-PR) pela Prime Video e Cazé TV, respectivamente, vai se divertir com os simpáticos calangos invadindo as telas. Eles também marcarão presença em programas esportivos, podcasts, nas redes sociais e em OOHs distribuídos por diversas cidades do país.

“Lu e Brás trazem a irreverência e o lúdico para a nossa comunicação. Eles estarão em todos os lugares, fizemos um planejamento pensando no consumidor brasileiro, para que o público tenha cada vez mais visibilidade de todo o universo de serviços que os Postos Petrobras podem proporcionar”, explica Vanessa Gordilho, vice-presidente de Negócios, Produtos e Marketing da Vibra, lembrando que a dupla representa a agilidade, a regionalidade, versatilidade e a energia contagiante dos brasileiros, dos quais mais de 30 milhões passam mensalmente pelos postos da rede.



A escolha de plataformas ligadas ao território do futebol para dar visibilidade à campanha não foi por acaso. Apoiada na sinergia do futebol com a marca, a estratégia combina dois hábitos bastante presentes no país: o gosto pelo esporte mais popular e que reflete a energia do brasileiro e o cuidado especial dedicado pelas pessoas aos seus carros e motos nos postos de combustíveis. Com duração até o fim de agosto, a nova onda de divulgação tem o objetivo de reforçar que a experiência dos clientes nos Postos Petrobras vai muito além do simples abastecimento, lembrando que eles funcionam como verdadeiros espaços de conveniência a partir da oferta de diferentes soluções e serviços da marca.

Além das transmissões de jogos da Copa do Brasil e Brasileirão, nos quais a marca também terá destaque nas placas de publicidade instaladas ao redor dos gramados, a campanha contará ainda com ações de merchandising em programas da TV aberta, como Donos da Bola, da Band, e Arena SBT e É Tudo Nosso, ambos do SBT, incluindo testemunhais e ações integradas com uso de fantoches e bonecos habitáveis. Já no digital estão programadas diferentes ativações em podcasts de esporte e entretenimento, como Flow Sport Club, Benja Me Mucho, Achismos e Denilson Show, e no aplicativo 365 Score, que conta com mais de 4 milhões de usuários. Os canais oficiais da marca no Facebook, Instagram e TikTok também fazem parte da campanha.

Nos próximos dias, filmes de 15" e 30", com destaque para Banco do Posto, Grid, BR Mania, Lubrax e Postos "Balão", serão exibidos ao longo da programação da TV Globo, SBT, Band e Record, com foco nas praças de São Paulo capital, Campinas (SP), São José do Rio Preto (SP), Ribeirão Preto (SP), Sorocaba (SP), Rio de Janeiro capital, Brasília, Goiânia e nos estados do Paraná e de Minas Gerais. A campanha terá reforço também de OOH nas praças das capitais São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Goiânia, além da capital federal Brasília, onde também haverá uma ação especial de DOOH no Conjunto Nacional, com destaque para a comunicação de Postos/Calangos e Grid.

Além dos canais de futebol, que concentram a maior parte das ações da campanha, outro esporte que desperta a paixão dos brasileiros, o automobilismo, também terá espaço garantido. No dia 28 de julho, a transmissão da etapa de Goiânia da Stock Car, durante o programa Show do Esporte (Band), contará com a exibição de filmes de 30", ação integrada de 90" com fantoche e Top de 5" com os calangos Lu e Brás.

## **Sobre a Vibra**

Líder no mercado brasileiro de distribuição de combustíveis e de lubrificantes, a Vibra proporciona a melhor alternativa energética e de mobilidade a seus clientes, alinhada às melhores práticas de ESG do setor. No mercado automotivo, a companhia detém a licença de uso da marca Petrobras, formando uma rede com 8,2 mil postos de combustíveis em todo o país. As franquias da Vibra para o segmento são as lojas de conveniência BR Mania e os centros de lubrificação automotiva Lubrax+. Com uma estrutura logística que garante sua presença em todas as regiões do país, a empresa atende mais de 9 mil clientes em 26,7 mil pontos de consumo em todo o Brasil, contemplando segmentos como aviação, transporte, indústrias, mineração, produtos químicos e agronegócio.



Com a marca BR Aviation, a companhia abastece 6 em cada 10 aeronaves em mais de 90 aeroportos brasileiros. A Vibra possui a maior planta industrial para produção de lubrificantes da América Latina e atende o mercado por meio da marca Lubrax, reconhecida por ser a mais lembrada pelos consumidores em diversas premiações. A Vibra é uma companhia em evolução permanente e já investiu em torno de R\$ 4 bilhões em projetos que visam a transição energética, por meio de investimentos e/ou constituição de parcerias com a Comerc, Zeg, Evolua e EZVolt. Desta forma, caminha para se tornar uma das principais companhias de energia do país, oferecendo um portfólio completo de produtos para seus clientes visando diferentes demandas. Para mais informações sobre a Vibra, clique aqui.

**Siga a Vibra nas redes sociais:**

Instagram - [@vibraenergiaoficial](#)

LinkedIn - [Vibra Energia](#)

Youtube - [Vibra Energia](#)



**InPress Porter Novelli - Agência de Comunicação da Vibra**

[vibraenergia@inpresspni.com.br](mailto:vibraenergia@inpresspni.com.br)

(21) 3723-8165/ 3723-8132

(21) 98093-8364 / (21) 99636-5392 / (21) 96674-6381

