

Sonho de Valsa e BR Mania inauguram loja emblemática em parceria com a Score

Ativação especial transforma fachada e interior de loja de conveniência em uma experiência única de marca, reforçando a campanha de declarações de amor de Sonho de Valsa

Rio de Janeiro, 5 de setembro de 2025 - Sonho de Valsa, marca icônica da Mondelez Brasil, em parceria com a BR Mania, rede de lojas de conveniência dos Postos Petrobras, e com criação da Score, agência de Data Retail & Shopper Experience do ecossistema B&Partners, inaugura no dia 4 de setembro uma loja emblemática que promete surpreender os consumidores. O projeto inclui a construção de uma fachada personalizada com a identidade da marca e o envelopamento parcial da loja, transformando o espaço em uma experiência imersiva.

O conceito criativo foi inspirado na campanha atual de Sonho de Valsa, que incentiva as pessoas a se jogarem, se declararem e serem felizes no amor. A estratégia da Score partiu do desafio de como levar a comunicação da marca para o ambiente de conveniência, criando uma experiência memorável para o consumidor em um espaço repleto de estímulos. O resultado foi uma ativação que alia branding e experiência de consumo de forma inovadora.

“Nosso desafio foi entender como traduzir uma campanha que fala sobre amor e conexões em um ambiente tão dinâmico como o de uma loja de conveniência. Queríamos que o consumidor tivesse uma experiência marcante com Sonho de Valsa já no primeiro olhar para a fachada. O projeto é simbólico por marcar a primeira ativação desse tipo entre Mondelez Brasil e BR Mania e por reforçar o quanto o ponto de venda pode ser também um espaço de emoção e relacionamento com a marca”, afirma Juliana Lammel, Diretora de Criação da Score.

“A loja é a materialização perfeita da nossa campanha. É uma forma impactante de reforçar o convite da marca para as pessoas se declararem e se entregarem para o amor, onde quer que os nossos consumidores estejam. Além dessa ativação super especial, a edição limitada que traz mensagens de amor no produto também ajuda a aterrissar a campanha nos pontos de vendas de todo o país”, comenta Fernanda Verrengia, gerente de marketing de Sonho de Valsa.

“Essa parceria reforça como o trade marketing é uma alavanca estratégica para a BR Mania, pois vai além da relação entre indústria e varejo, ela cria uma conexão direta com o consumidor final. Mais do que uma ação promocional, é uma iniciativa que fortalece marcas, gera valor real para quem visita nossas lojas e transforma a experiência de compra em algo memorável. Esse tipo de resultado só é possível graças à atuação de times integrados, comprometidos em colocar o cliente no centro de tudo e em fazer da BR Mania um espaço de afeto, conveniência e inovação”, disse Mariana Santarém, vice-presidente de produtos e experiência do cliente da Vibra.



Para viabilizar a ação, a Score trabalhou em conjunto com os times de PROS e Canal, dentro da Mondelez Brasil e, posteriormente, com o time de trade da BR Mania, garantindo a construção de um projeto coeso e diferenciado.

Com 30 anos de atuação no mercado brasileiro, a BR Mania se consolidou como referência em conveniência, qualidade e inovação. A rede de conveniência dos Postos Petrobras oferece um amplo portfólio de produtos, incluindo mais de 150 itens de marca própria, garantindo diversidade e praticidade aos consumidores. Atualmente, são mais de 1.400 lojas em todo o país, e a meta para os próximos cinco anos é dobrar esse número, ampliando ainda mais sua presença no mercado e reafirmando seu compromisso com inovação e excelência no atendimento. A marca Petrobras é licenciada à Vibra.

Sobre a Vibra

Líder no mercado brasileiro de distribuição de combustíveis e de lubrificantes, a Vibra é hoje uma plataforma multienergia que oferece soluções além dos combustíveis tradicionais, atendendo às necessidades energéticas de seus clientes, alinhada às melhores práticas de ESG do setor. Nos últimos anos foram investidos mais de R\$ 7 bilhões em projetos de transição energética, visando um portfólio de soluções renováveis e descarbonização. Fazem parte do ecossistema da Vibra a Comerc, a Evlua e a EzVolt.

No mercado automotivo, a Vibra detém a licença da marca Petrobras, operando uma rede com cerca de 8 mil postos de combustíveis em todo o país, incluindo as franquias BR Mania e Lubrax+. Com presença em todas as regiões, atende mais de 30 milhões de consumidores por mês e detém 31% de participação no mercado de postos embandeirados. A empresa também abastece mais de 10,4 mil clientes em 30 mil pontos de consumo, em setores como aviação, transporte, indústria, mineração, químicos e agronegócio. Com a marca BR Aviation, é responsável pelo abastecimento de 6 em cada 10 aeronaves, em mais de 90 aeroportos. Referência em lubrificantes, a Vibra possui a maior planta da América Latina e é reconhecida nacionalmente pela marca Lubrax. Como parte de sua estratégia ESG, a empresa incorporou o combate à violência sexual de crianças e adolescentes como uma causa prioritária, consolidando esse compromisso como um dos pilares da sua atuação. 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

(21) 3723-8165/ 3723-8132/ (21) 991010248 / (27) 99904-3404