

É tempo de Lubrax: marca lança campanha para apresentar rebranding e reforçar liderança em inovação e tecnologia

Campanha aposta na emoção e conexão para contar a história de uma marca pautada em inovação e tecnologia, que avança por gerações



São Paulo, 13 de outubro de 2025 - Lubrax, referência em lubrificantes no país, apresenta sua nova campanha institucional: “É tempo de Lubrax”. Criada pela agência Africa Creative, a iniciativa celebra uma nova fase na comunicação, consolidando o rebranding lançado este ano, uma evolução que reforça atributos como tecnologia, inovação e pioneirismo, características que mantêm a marca sempre à frente do seu tempo e conectada a diferentes gerações de consumidores.

O filme da campanha revisita a trajetória de Lubrax desde 1973, mostrando como ele vem se reinventando década após década para acompanhar um mercado em constante transformação. Guiada pela própria embalagem, a narrativa parte da icônica lata dos anos 70 e revela um lubrificante que atravessa o tempo e une diferentes gerações de consumidores e veículos. Cada transição de cena simboliza a capacidade de reinvenção e o compromisso contínuo com a inovação. O filme culmina com a apresentação da nova identidade visual e embalagens, acompanhadas do novo posicionamento: “O melhor lubrificante de todos os tempos, se supera a cada geração. É tempo de Lubrax”. [Assista aqui](#)

O processo de rebranding, liderado pela Design Bridge and Partners, começou com um diagnóstico do posicionamento estratégico de expansão de Lubrax, para modernizar a comunicação, reorganizar o portfólio e reforçar os atributos da marca. Apenas no segundo trimestre de 2025, a área de lubrificantes da Vibra registrou um aumento de 6% nas vendas, o maior volume trimestral desde 2020, reafirmando a força e a relevância de Lubrax no mercado.

“Lubrax é uma marca brasileira que atravessa gerações, presente na memória e na preferência dos consumidores. Evoluímos da confiança de sempre para a tecnologia de hoje, reafirmando nossa essência: mais moderna, mais tecnológica, sempre Lubrax. O novo design reforça essa identidade de inovação e proximidade, preservando o verde e o amarelo que marcam nossa história e incorporando elementos que traduzem performance e tecnologia”, Saulo Brazil, diretor de lubrificantes da Vibra.

O conceito criativo destaca a constante adaptação da marca às novas tecnologias e às necessidades de quem está em movimento todos os dias. “Nascido no final dos anos 70, Lubrax segue como sinônimo de qualidade e pioneirismo. Foi essa trajetória que inspirou a nossa primeira grande campanha para a marca, enfatizando seu espírito de inovação que a mantém como a mais lembrada no mercado e a maior aliada do consumidor brasileiro - referência em qualidade e alta performance”, finaliza Renato Broggin, co-COO da agência Africa Creative.

A campanha, no ar até 20 de novembro, está sendo veiculada em diversas plataformas em todo o Brasil. Com presença em meios online e offline, a comunicação inclui inserções em TV aberta, revistas e uma atuação estratégica nas redes digitais, como Meta, Kwai e YouTube. A nova fase de Lubrax também ganha visibilidade com ativações de rua e peças de mídia OOH espalhadas nas principais capitais, com o objetivo de fortalecer a conexão com o público e reforçar os atributos premium da marca.

Ficha Técnica

AGÊNCIA: AFRICA CREATIVE

CLIENTE: VIBRA

PRODUTO: LUBRAX

CAMPANHA: REBRANDING LUBRAX

TÍTULO: É TEMPO DE LUBRAX

PEÇA: Filme

CCO: Sergio Gordilho

CO-CCO: Nicholas Bergantin

ECD: Aaron Sutton

Direção de Criação Associado: Gustavo Moura, Pedro Mesquita

Criação: Caio Machado, Felipe Sanches e Diana Coutinho

CEO: Márcio Santoro

Co- COO: Renato Broggin

Diretora de Atendimento: Flávia Mesquita

Atendimento: Yuri Paternostro e Isabelle Lodetti

CSO: Ana Kuroki

Estratégia: Lucas Zem e Thiago Jorge

RTV: Rodrigo Ferrari, Tais Olhiara e Débora Souza.

Produtora: Vetor Zero

Direção: Os Olga

Produção Executiva: Francisco Puech e Diego Dossa

Diretora de Projetos: Márcia Guimarães



Direção de Novos Negócios: Luiz Braga
Gerente de Projetos: Monica Andrade
Gerente de Projetos Jr: Carolina Gorga
Direção de Fotografia: Os Olga
Assistente de Direção: Priscila Lima e Yasmin Porto
Direção de Arte: Fabio Goldfarb
Produtor de objetos: Beth Alvarez
Direção de Produção: Edu Ramos
Produtora: Raquel Conde
Figurino: Vinnie Pizzigrilli
Produtor de casting: Sarah Lessa
Maquiagem: Amanda Tedesco
Coordenação de Pós-produção: Tatiana Caparelli
Coordenação de Equipe: Rosangela Gomes, Ana Mendes, Nathaly Lopes
Montagem: Lucas Mello
Motion: Luiz Albere, Caue Mendes
Composição: Carlos Campos, Rodrigo Vecchi
Rotoscopia: Gassan,
Cor: Ian Pasqualino- Bleach
Finalização: Livia Portugal
Assistentes de Ilha: Fábio Augusto, Isabela Bal

Produtora de Áudio: Antfood Music & Sound Design
Direção Criativa: Lou Schmidt, Fernando Rojo e Tiago Mago
Produção Executiva: Renato Castro e Christiane Rachel
Produção Musical: Lou Schmidt, Fernando Rojo, Tiago Mago, Luis Bergmann, Vinicius Nunes e Lucas Baldin
Coordenação de produção: Monique Munhoz e Pablo Mello
Finalização: Bruno Broaska, Fabian Jorge e Pedro Macedo
Aprovação do cliente: Vanessa Gordilho, Luiz Phillippe Steenhagen Blower, Paula Figueiredo Nunes, Denise Martins

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 Evoluta 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](#).

Sobre Africa Creative

Com mais de 20 anos de história, a Africa Creative é uma das agências de publicidade mais criativas e inovadoras do mundo, responsável pela comunicação de grandes marcas nacionais e internacionais. Reconhecida por transformar ideias em resultados memoráveis, acumula diversos prêmios em festivais renomados, sendo a única agência brasileira no Top 10 mundial de Cannes por três anos consecutivos e no Top 20 do Warc Creative 100 de 2024. Tendo a criatividade como DNA e sendo disruptiva por natureza, lidera há duas décadas todas as 10 edições do ranking bianual do Agency Scopen, que avalia agências no mundo inteiro.

Informações para a imprensa:

Loures Consultoria (Africa Creative) | africacreative@loures.com.br

InPress Porter Novelli (Vibra) | vibraenergia@inpresspni.com.br

