

## Mascotes dos Postos Petrobras Lu & Brás, agora, são colecionáveis

*Vibra lança ação de gamificação que dará pelúcias dos calangos mais fofos do Brasil. Para ganhar, consumidor precisará completar um quebra-cabeça virtual de 12 peças no app Premmia*



Créditos: Divulgação/Vibra

**Rio de Janeiro, 17 de outubro de 2024** – Mascotes oficiais dos Postos Petrobras, Lu e Brás, agora, estão disponíveis em pelúcias para quem não resiste aos calangos que têm a energia do brasileiro. Os consumidores que efetuarem pagamentos nos Postos Petrobras, lojas BR Mania e centros de lubrificação Lubrax+, exclusivamente pelo aplicativo Premmia, podem participar da ação, que acontece entre 17 de outubro e 15 de novembro em todo o território nacional, e levar para casa os calangos de pelúcia mais fofos do Brasil.

“Que Lu e Brás já estão por todo canto do Brasil todos já sabem, mas agora nossos clientes vão poder levar os nossos calangos pra casa”, comemora Vanessa Gordilho, vice-presidente de Negócios, Produtos e Marketing da Vibra.



A Vibra, licenciada da marca Petrobras em sua rede de postos, chamou a agência Roda Trade, agência da Holding Clube especializada em marketing de relacionamento, para desenvolver o conceito e a mecânica da ação, incluindo o quebra-cabeça no app Premmia. Já a Africa Creative ficou responsável pela campanha publicitária da ação e criou os filmes 'Fofurices' e 'Garra' que reforçam toda a fofura e charme dos mascotes.

Para resgatar uma pelúcia, o consumidor precisa completar um quebra-cabeça virtual de 12 peças no app Premmia. A mecânica é simples: a cada R\$50 em abastecimentos nos postos Petrobras ou em serviços automotivos nas lojas Lubrax+, ou ainda R\$30 em compras na BR Mania, é gerada uma peça do jogo. Já os clientes que efetuarem pagamentos no aplicativo pela primeira vez têm uma vantagem: são beneficiados com três peças extras na compra inicial.

No total, seis peças podem ser adquiridas diariamente por CPF, sendo possível cada participante completar até dois quebra-cabeças e resgatar até duas pelúcias durante toda a ação.

“Criamos essa gamificação no app Premmia, com uma dinâmica simples e divertida para provocarmos uma interação com o consumidor, gerando desejo pelas pelúcias. Desta forma, engajamos os nossos clientes, aumentando o número de usuários ativos em nosso aplicativo, ao mesmo tempo em que apoiamos o crescimento do negócio”, comenta a executiva.

## **A Campanha**

A ação é acompanhada pelo filme 'Fofurices', que reforça toda a fofura e charme dos mascotes, embalado por uma música envolvente, e o filme 'Garra' que mostra ser mais fácil conseguir as pelúcias Lu & Brás nos Postos Petrobras do que em máquinas de pelúcias. Ambos com a mensagem final convidando o consumidor a visitar os Postos Petrobras e levar os calangos para casa. Assista aqui.

"Nossa missão é continuar a dar vida à Lu e ao Brás, esses personagens adoráveis e carismáticos que não apenas representam o espírito dos Postos Petrobras, mas



também a brasilidade com suas cores e energia. Agora, nas suas versões pelúcia, os clientes poderão levar essa dupla para casa, o que acreditamos que vai ser um grande sucesso, por aproveitar o momento quente da volta das famosas máquinas de pegar pelúcia", finaliza Renato Broggin, co-COO da Africa Creative.

Além da exibição do filme no ambiente digital, a campanha conta com mídia OOH - incluindo uma instalação em empina que simula uma gigante máquina de pelúcias, localizada nas cidades do Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG). Estão previstas também ações em voos, em parceria com uma companhia aérea, que levarão Lu e Brás para todo o país. Um *squad* de influenciadores, liderado pela PROS, com nomes como Matheus Costa e Lucas Rangel, será responsável por ajudar a espalhar a novidade nas redes sociais. A A-Lab cuidará das ações e divulgações *always on* da campanha nas redes, com conteúdo divertido e inusitado. Já a Brivia é responsável pela frente de programática, com conteúdo para o app Premmia.

Haverá ainda uma ativação itinerante de trade marketing que levará máquinas de pelúcias Lu e Brás para postos nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte, Goiânia e Fortaleza. Os clientes Premmia vão poder se divertir e tentar levar uma pelúcia para casa.

Lançados em março deste ano, Lu e Brás trazem inovação e leveza no dia a dia dos postos. A escolha dos calangos foi estrategicamente desenhada para quebrar padrões da comunicação tradicional do segmento, a fim de engajar os clientes, revendedores e equipes dos postos com os personagens carismáticos. Presentes em todo o Brasil, os calangos permitem uma regionalização natural e autêntica da campanha.

### **Quero participar e resgatar minha pelúcia**

Para participar da ação, os consumidores precisam ser maiores de 18 anos e residirem no Brasil, além de estarem cadastrados no Programa de Fidelidade Petrobras Premmia, com CPF ativo e regular. A partir destes requisitos, basta realizar compras nos Postos Petrobras, Lojas BR Mania ou centros de Lubrificação





Lubrax+ e pagar pelo app Premmia, conforme os Termos & Condições da ação. Todos os estabelecimentos participantes serão divulgados no app Premmia e no site [www.petrobraspremmia.com.br](http://www.petrobraspremmia.com.br)

Os clientes que completarem o quebra-cabeça podem retirar a sua pelúcia da Lu ou do Brás diretamente em uma loja BR Mania credenciada como Ponto de Troca. A relação de lojas credenciadas pode ser consultada no App Premmia ou no site [www.petrobraspremmia.com.br](http://www.petrobraspremmia.com.br).

Os participantes que não tiverem uma loja BR Mania próxima podem solicitar o envio pelos Correios diretamente no app Premmia. Nesse caso, é preciso informar o endereço completo e confirmar seus dados pessoais no aplicativo, acarretando um custo de R\$19,90 por pelúcia, para uma entrega em até 45 dias corridos após a solicitação. Todo acompanhamento da entrega também é feito pelo app.

Não fique de fora dessa! Baixe o app Premmia, preencha o cadastro com seus dados pessoais, criando uma senha numérica e aceite o regulamento e os termos de uso. É gratuito e sem taxas.

**FICHA TÉCNICA MÁQUINA**

**AGÊNCIA AFRICA CREATIVE**

**CLIENTE: VIBRA**

**PRODUTO: POSTOS BR**

**CAMPANHA: AÇÃO PELÚCIAS**

**2024**

**TÍTULO: FILME GARRA**

CCO: Sergio Gordilho

CO-CCO: Nicholas Bergantin

ECD: Aaron Sutton

Direção de Criação Associado: Gustavo Moura e Pedro Mesquita

Criação: Thales Contri, Guilherme Prado e Julia Barros

CEO: Márcio Santoro

Co- COO: Renato Broggin





Diretora de Atendimento: Flávia Mesquita

Atendimento: Lívia Meyer, Geovanna Lamar, Yuri Paternostro, Isabelle Lodetti e Izabelle Hamzi

Head de Estratégia: Maria Juliana Strasburg

Planejamento: Lucas Zem e Marília Ziotti

RTV: Rodrigo Ferrari, Tais Olhiara e Vivi Guedes

Diretor do Filme: Andre Ferezini

Diretor de Atendimento: Gregory Conte

Atendimento: Betânia Menardi

Direção de arte: Duda Araújo

Coordenação de Pós: Patrícia Bornato

Supervisor de Pós: Jairo Santos

Finalizadores: Kleber Araújo

Montagem: Pedro Briquet

Colorista: Guilherme Vila

Rigging e Animação: Diego Fontanella

Supervisor de Animação, Look Dev e Compositing: Rodolfo Roth

Conform: Guilherme Vila

Motion: Pedro Briquet

IA: Pedro Briquet

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

Confidential - Not for Public Consumption or  
Distribution

Produtora de som: Antfood Music & Sound Design

Direção de Produção Musical: Lou Schmidt, Fernando Rojo e Tiago Lins

Produção Executiva: Renato Castro e Christiane Rachel

Produção Musical: Lou Schmidt, Fernando Rojo, Lucas Baldin, Luis Bergmann, Tiago Lins e Vinicius Nunes





Coordenação de produção: Monique Munhoz e Pablo Homem de Mello

Finalização: Bruno Broaska, Fabian Jorge e Pedro Macedo

**FICHA TÉCNICA FOFURICES**

**AGÊNCIA AFRICA CREATIVE**

**CLIENTE: VIBRA**

**PRODUTO: POSTOS BR**

**CAMPANHA: AÇÃO PELÚCIAS 2024**

**TÍTULO: FOFURICE**

**PEÇA: FILME**

CCO: Sergio Gordilho

CO-CCO: Nicholas Bergantin

ECD: Aaron Sutton

Direção de Criação Associado: Gustavo Moura e Pedro Mesquita

Criação: Thales Contri, Guilherme Prado e Julia Barros

CEO: Márcio Santoro

Co- COO: Renato Broggin

Diretora de Atendimento: Flávia Mesquita

Atendimento: Lívia Meyer, Geovanna Lamar, Yuri Paternostro, Isabelle

Lodetti e Izabelle Hamzi

Head de Estratégia: Maria Juliana Strasburg

Planejamento: Lucas Zem e Marilia Ziotti

RTV: Rodrigo Ferrari, Tais Olhiara e Vivi Guedes

Produtor Executivo: Luiz Felipe Fischer - Lufe

Direção: Henrique Manzoli

1º Assistente Direção: Breno Soares Ferreira

Direção de Fotografia: João Batista Fröhlich

1º Assistente de Câmera: Adinan Feijó Lopes

2º Assistente de Câmera: Daniel da Cruz Oliveira

Direção Produção: Gilberto Tarcizio Pereira

Produção: Ana Paula Rodrigues Ribeiro e Antonio Marcos Melho de Souza

Assistentes de Set: Thiago Massayoshi Anzai, Helio Meggiato e Luiz Eduardo

de Queiroz





Produtor de Locação: Claytoun Wanderley Dantas

Produtor de Animal: Prof. Jairo

Direção de Arte: Carol Campos

Produtora de objeto: Patricia De Giorgio Lima

Assistente de objeto: Julia Parsequian

Contra Regra: - Rafael de Godoy

Figurinista: Nicole Nativa Marguerite Rocha

Assistente Figurino: Channdller Alves

Maquiador: Marcey Tobias Carnero Canaes

Produtora de Elenco: Taty Horta

Assistente de Elenco: Channdller Alves

Atendimento: Fabio Lyra

Confidential - Not for Public Consumption or

Distribution

Produtora de som: Antfood Music & Sound Design

Direção de Produção Musical: Lou Schmidt, Fernando Rojo e Tiago Lins

Produção Executiva: Renato Castro e Christiane Rachel

Produção Musical: Lou Schmidt, Fernando Rojo, Lucas Baldin, Luis

Bergmann, Tiago Lins e Vinicius Nunes

Coordenação de produção: Monique Munhoz e Pablo Homem de Mello

Finalização: Bruno Broaska, Fabian Jorge e Pedro Macedo

## **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 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

Youtube - Vibra

#### **SOBRE AFRICA CREATIVE:**

A Africa Creative é uma das agências de publicidade mais criativas e inovadoras do mundo, responsável pelas contas de valiosas marcas brasileiras como Itaú, Vibra, Vivo, Natura e Brahma. A agência conta com premiações internacionais por suas campanhas icônicas. Líder absoluta por 16 anos em todos os rankings do Agency Scopen, que avalia agências no mundo inteiro, é considerada por executivos mundiais entre os Top 5 parceiros para enfrentar seus desafios de futuro (Scopen Agency, 2022). A Africa também é a terceira maior agência em compra de mídia do País, contribuindo para a movimentação da economia da criatividade brasileira (Cenp, 2022).

#### **Informações para a imprensa:**

**InPress Porter Novelli (Vibra) | [vibraenergia@inpresspni.com.br](mailto:vibraenergia@inpresspni.com.br)**

**Loures Consultoria (Africa Creative) | [africacreative@loures.com.br](mailto:africacreative@loures.com.br)**

