



BR Mania expande rede com inaugurações de lojas supercompactas e premium

Vibra investe em novos formatos para expandir rede e dobrar o número de lojas até 2030

Rio de Janeiro, 29 de janeiro de 2025 – Sempre atenta às tendências e inovações do setor, a Vibra, maior distribuidora de combustíveis e uma das principais empresas de energia do Brasil, anuncia a expansão da rede BR Mania, as lojas de conveniência dos Postos Petrobras, com a inauguração de lojas supercompactas e unidade premium neste mês de janeiro. A novidade reforça o compromisso da marca em atender diferentes perfis de consumidores, além de oferecer novas e estratégicas oportunidades para seus franqueados.

Quatro lojas BR Mania no formato supercompactas serão inauguradas em Recife, Cuiabá, Rondonópolis e Goiânia, ampliando a estratégia de expansão iniciada em dezembro, com a abertura de duas unidades do mesmo formato em Belo Horizonte e Salvador. No interior de São Paulo, uma loja própria foi inaugurada em dezembro, e outra está prevista para a segunda quinzena de janeiro. Além disso, está programada a inauguração de uma loja premium ainda neste mês de janeiro.

Lojas supercompactas

Projetadas para serem extremamente funcionais, essas unidades de até 30m², utilizam construções pré-fabricadas ou contêineres reaproveitados que são instaladas em apenas sete dias e sem geração de resíduos de obra – um diferencial alinhado às melhores práticas ambientais, promovendo agilidade na implantação e sustentabilidade.

Com um mix de produtos cuidadosamente selecionado, as lojas supercompactas priorizam categorias de alta demanda, como bebidas alcoólicas e não alcoólicas, *snacks*, *bomboniere* e *food service*. O modelo permite operação com apenas um funcionário ou em formato de autoatendimento, garantindo eficiência e praticidade.



Para os franqueados, o modelo apresenta vantagens estratégicas, como o custo operacional reduzido. Além disso, as lojas supercompactas são ideais para testar novos pontos de venda.

“A BR Mania reafirma sua posição como a melhor opção para uma parada rápida e conveniente. As lojas supercompactas representam uma solução inovadora, permitindo expansão estratégica em espaços reduzidos, sem comprometer a experiência do consumidor. Com um formato ágil e prático, essas unidades oferecem a opção de autosserviço, garantindo mais comodidade e eficiência. Essa iniciativa está em linha com o compromisso da marca em oferecer soluções modernas e sustentáveis, beneficiando consumidores e franqueados e fortalecendo sua posição no mercado de conveniência”, ressalta Vanessa Gordilho, vice-presidente de negócios e marketing da Vibra.

Loja premium

Com uma área ampla, superior a 100 m², o modelo Premium da BR Mania se destaca por proporcionar uma experiência completa de conveniência, unindo modernidade, conforto e uma curadoria exclusiva de produtos. O conceito de loja Premium foi lançado em 2024, no Rio de Janeiro, marcando um novo padrão de excelência no segmento. Neste mês, a segunda unidade do modelo está prevista para ser inaugurada em São Paulo, ampliando a presença dessa inovadora proposta no mercado brasileiro.

O diversificado mix de produtos das lojas Premium é um grande atrativo, com um cardápio especial e diversas opções para qualquer hora do dia, inclusive para o café da manhã que é uma grande aposta da rede, com preparação na hora de sanduíches especiais de focaccia e baguete, omeletes e crepiocas. Essas lojas elevam o conceito de conveniência, oferecendo itens diferenciados como produtos completos para churrasco, um sofisticado espaço de vinhos e uma padaria com pães frescos e confeitaria, combinando qualidade, sofisticação e variedade em cada detalhe.

A loja oferece recursos como autoatendimento, self-checkout e destaque também para as telas de LED, que proporcionam comunicação dinâmica e interativa de promoções e novidades, garantindo uma experiência moderna e eficiente.

Para os franqueados, o modelo Premium representa uma oportunidade de negócio robusta, respaldada pela força da marca BR Mania e pelo suporte contínuo oferecido



pela franqueadora, incluindo diagnósticos de mercado, estudos de concorrência, gestão de vendas e marketing, além de programas de treinamento.

“Esse modelo de estabelecimento foi pensado para ajudar o franqueado a maximizar o potencial do ponto comercial, oferecendo uma operação eficiente e atrativa. Ao mesmo tempo, buscamos proporcionar ao cliente uma experiência diferenciada, que combina conveniência, conforto e qualidade. Seja para uma pausa rápida ou para aproveitar o ambiente com mais tranquilidade, as lojas Premium oferecem o equilíbrio perfeito entre praticidade e acolhimento com o lanche rápido mais gostoso do Brasil”, destaca Vanessa.

Rede Própria

Todas essas inovações são testadas na rede de lojas próprias BR Mania que são estrategicamente pensadas para funcionar como um laboratório destinado à experimentação de novos produtos, mobiliários, tecnologias, materiais promocionais e inovações no varejo, antes de sua implementação em toda a rede no Brasil.

Duas novas lojas próprias foram inauguradas no Rio de Janeiro em 2024, marcando o início de uma nova fase de crescimento. Esse movimento foi reforçado em dezembro com a abertura de mais uma unidade no interior de São Paulo, onde também está prevista a inauguração de outra loja em janeiro deste ano.

Até o fim de 2025, a BR Mania prevê a inauguração de mais 15 lojas próprias nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Ao longo dos próximos três anos, a expectativa é alcançar entre 30 e 50 estabelecimentos desse modelo.

Essa iniciativa permite à BR Mania compreender de forma mais profunda o perfil de seu cliente final e avaliar a eficácia de diversas campanhas e iniciativas antes de sua aplicação em larga escala. Além disso, essa abordagem reforça a conexão com a realidade dos franqueados, possibilitando uma atuação mais assertiva, sempre com o objetivo de oferecer uma proposta de valor cada vez mais sólida e relevante.





“A BR Mania tem investido na ampliação do número de lojas próprias, que atuam como um verdadeiro espaço de experimentação para nossa operação. Nessas unidades, estamos testando novos produtos, interagindo diretamente com os consumidores e vivenciando a experiência sob a perspectiva de nossos franqueados. Já nas primeiras operações, identificamos resultados promissores, incluindo uma qualificação significativa nas vendas. Os clientes têm adquirido um número maior de itens por cupom, e nosso segmento de alimentação (food service) já se destaca, superando categorias tradicionais de conveniência, como bebidas e tabaco”, informa Vanessa.

Sobre a BR Mania

A BR Mania, com três décadas de atuação no mercado brasileiro, consolidou-se como referência em praticidade, qualidade e inovação. A rede oferece um amplo mix de produtos de alta qualidade e diversidade com mais de 150 itens de marca própria. Com a missão de atender com excelência às diversas necessidades e momentos da rotina de seus clientes, a BR Mania é onde o Brasil se encontra todos os dias! Atualmente, são mais de 1.300 lojas espalhadas pelo país, e a projeção para os próximos cinco anos é de dobrar esse número, reforçando sua presença no mercado e seu compromisso com a conveniência e inovação.

“As franquias BR Mania fazem parte da estratégia de crescimento e regionalização da Vibra, com formatos de lojas diversificados que atendem às diferentes realidades do país, ajustando tamanhos e valores de investimento aos perfis de consumo e às necessidades dos investidores locais. Essa regionalização também se reflete no cardápio, que inclui itens como coxinha de aipim com carne seca e empadão goiano, reforçando a conexão com os clientes e valorizando a cultura local. São mais de 100 milhões de transações nas lojas BR Mania em 2024. É na BR Mania que o Brasil se encontra todo dia”, aponta a executiva.

Para saber mais sobre a rede BR Mania e descobrir como se tornar um franqueado, [clique aqui](#).

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

VIBRA



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 Energia](#)

Youtube - [Vibra Energia](#)



InPress Porter Novelli - Agência de Comunicação da Vibra

vibraenergia@inpresspni.com.br

(21) 3723-8165/ 3723-8132

(21) 991010248

