

Lubrax moderniza marca com foco em inovação e tecnologia

Rebranding da marca é estratégia da Vibra para crescer no segmento de lubrificantes, reforçando liderança de mercado e conexão com o futuro



Créditos: Vibra/Energia

Rio de Janeiro, 20 de fevereiro de 2025. Lubrax acaba de ganhar uma nova marca, mais moderna, conectada com inovação e tecnologia, e de olho no futuro do segmento de lubrificantes. A novidade anunciada pela Vibra representa um marco estratégico para a evolução e posicionamento de mercado da marca de lubrificantes que é uma das mais reconhecidas e símbolo de confiança e qualidade. Mais do que uma mudança visual, a iniciativa reflete a adaptação da marca a um mercado em constante transformação, marcado pela demanda por tecnologia, especialização e uma conexão mais próxima com as necessidades dos consumidores.

E é exatamente isso que o novo design buscou entregar. A mudança na identidade visual chega para consolidar sua posição como a marca preferida dos consumidores, reforçando atributos como tecnologia, inovação, e para aproximá-la ainda mais do seu público. Os tradicionais verde e amarelo estão mantidos como base da paleta de cores para manter o link com a marca atual, mas o logotipo ganha nova tipografia e mais contraste com tons que remetem à performance e modernidade.

“O mercado está mudando, a categoria está mudando e identificamos uma oportunidade de aumentar o valor da marca, que já é top of mind e se destaca no mercado em preferência e recomendação. Essa estratégia está alinhada à nossa ambição 2030 de expandir no segmento de lubrificantes, uma das principais avenidas de crescimento da companhia. Nos últimos três anos, o EBITDA de Lubrax aumentou 35%, e a meta é dobrar esse valor nos próximos anos” explica *Vanessa Gordilho, vice-presidente de Negócios e Marketing da Vibra.*



O rebranding é assinado pela consultoria brasileira Design Bridge and Partners (da WPP) que buscou reforçar os atributos que já fazem de Lubrax uma potência brasileira. Ao incorporar novos códigos visuais e verbais, o objetivo é fortalecer sua percepção de alta tecnologia e desempenho. O redesenho também inclui novos formatos para as embalagens de todo o portfólio, com um shape diferente de tudo o que existe na categoria. O consumidor começará a ver a nova marca no mercado aos poucos, a expectativa é que em julho deste ano as novas embalagens estejam disponíveis nos pontos de venda. Até lá, a nova marca terá um tratamento aspiracional, aparecendo em momentos importantes da comunicação e patrocínios.

Desenvolvimento da nova marca

A decisão de realizar o rebranding da marca Lubrax foi motivada por uma análise detalhada do posicionamento atual no mercado e das oportunidades identificadas para crescimento e inovação. Ao longo de sua trajetória, Lubrax sempre se destacou pela qualidade e confiabilidade de seus lubrificantes automotivos, conquistando uma base sólida de clientes. No entanto, para acompanhar as novas tendências de consumo e atender às expectativas do público, a marca precisava de uma modernização. Esse movimento representou uma oportunidade única para revitalizar sua identidade, ampliando sua relevância em um mercado competitivo e conectando-se de forma mais assertiva com as novas gerações. Mais do que uma atualização visual, essa mudança estratégica reforça o compromisso com inovação, sustentabilidade e excelência, consolidando Lubrax como referência no setor.

O projeto começou com um amplo diagnóstico, que incluiu a escuta de stakeholders importantes para a marca, como automobilistas, motociclistas, caminhoneiros, mecânicos, revendedores e clientes B2B. Essa etapa foi fundamental para entender a percepção da marca no mercado e identificar oportunidades de aprimoramento com base nos desafios de negócio. A conclusão foi clara: Lubrax possui uma força incomparável em termos de conhecimento e confiança, mas existe uma oportunidade para evoluir o posicionamento de marca. O processo de renovação incluiu a reorganização de todo o portfólio de produtos da família Lubrax, com novas embalagens, novos rótulos e submarcas, para uma comunicação mais clara e intuitiva.

“Essa é uma marca consolidada, com sua imagem já fixada na cabeça e no coração de todo brasileiro. Mais do que uma atualização visual, é um movimento estratégico que consolida Lubrax como um líder pronto para os desafios do futuro. Ao reforçar sua proposta de valor, modernizar sua identidade e simplificar sua comunicação, Lubrax reafirma seu compromisso com a excelência, a inovação e a conexão genuína com seus públicos. Este é, sem dúvida, um novo capítulo na trajetória de uma marca que continua a inspirar confiança e a liderar o mercado de lubrificantes”, afirma Vanessa Gordilho.

“O mercado de lubrificantes evolui com foco em especialização. A estratégia que desenhamos junto ao time de Lubrax acompanha essa transformação, com uma abordagem focada em pessoas e dados, além de traduzir sua identidade em sensações ancoradas na confiança da marca e em sua conexão com o público”, destaca Marcelo Bicudo, CEO no Brasil da Design Bridge and Partners.

Moderna e ainda mais tecnológica



A identidade visual de Lubrax também passa por uma evolução significativa. A nova identidade foi pensada para manter a familiaridade e a confiança que a marca já inspira, mas com um toque de modernidade e sofisticação. Novos elementos gráficos e cores foram incorporados para transmitir tecnologia e inovação, sem perder a essência que consolidou Lubrax como referência no mercado. Além disso, a arquitetura de marca foi simplificada, com a redução de submarcas e uma maior integração com a marca mãe, fortalecendo a identidade central e facilitando o reconhecimento pelo consumidor.

As embalagens e rótulos também foram redesenhados, com o objetivo de simplificar a comunicação e melhorar a experiência do consumidor. O novo design prioriza a clareza das informações, a diferenciação no ponto de venda e a sustentabilidade, reforçando o compromisso de Lubrax com práticas responsáveis e alinhadas às tendências globais.

Um dos pilares do rebranding é a proposta de valor de Lubrax, que se baseia na diversidade geográfica e de condições da América Latina. Essa singularidade permitiu o desenvolvimento de uma tecnologia de lubrificação mais aperfeiçoada e adaptável, capaz de atender às demandas específicas de cada região de acordo com as realidades de cada segmento. A marca reforça, assim, seu compromisso com a excelência e a eficiência, oferecendo soluções que combinam tradição e inovação de olho no que o cliente necessita.

O plano de implementação do rebranding foi cuidadosamente estruturado para garantir uma transição suave e eficiente. O cronograma inclui o envase e lançamento das novas embalagens, acompanhados de uma comunicação integrada e unificada, que visa reforçar a mensagem de modernização e evolução da marca. Várias ativações serão feitas ao longo dos próximos meses até que os produtos estejam com a nova identidade visual nas gôndolas para os consumidores.

Acesse todas as imagens da nova identidade de Lubrax [aqui](#).

[Veja aqui a história de Lubrax.](#)

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 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 Zeg Biogás, a Evolua e a EzVolt.

No mercado automotivo, a empresa detém a licença da marca Petrobras, formando uma rede com mais de 8 mil postos de combustíveis em todo o país, com franquias como BR Mania e Lubrax+. Presença em todas as regiões, a Vibra atende mais de 9 mil clientes em 26,7 mil pontos de consumo, incluindo aviação, transporte, indústrias, mineração, produtos químicos e agronegócio. Com a marca BR Aviation, abastece 6 em cada 10 aeronaves em mais de 90 aeroportos. A Vibra possui a maior planta de lubrificantes da América Latina e é reconhecida pela marca Lubrax. Para mais informações sobre a Vibra, clique [aqui](#).





CONTATOS DE IMPRENSA – VIBRA

InPress

**PORTER
NOVELLI** 

InPress Porter Novelli - Agência de Comunicação da Vibra

vibraenergia@inpresspni.com.br

(21) 3723-8165/ 3723-8132

(21) 98093-8364 / (21) 991080248

