Lubrax leva parceria com Flamengo aos produtos e lança edição especial de embalagem com 65% menos plástico

Lançamento integra estratégia da Vibra para transformar patrocínio em plataforma de marca e negócios, conectando inovação, experiência do consumidor e presença de mercado



Novas embalagens pouch *edição comemorativa Flamengo: inovação e sustentabilidade na estreia das linhas Top Auto e Top Moto para veículos leves e motocicletas*

Crédito: Divulgação

Rio de Janeiro, 20 de outubro de 2026 – Lubrax amplia sua parceria com o Flamengo com o lançamento, em novembro, de uma edição especial e licenciada de sua embalagem flexível *pouch*. Primeira ação de produto derivada da nova parceria com o clube carioca, a novidade leva a identidade rubro-negra diretamente aos pontos de venda e utiliza 65% menos plástico do que os frascos rígidos tradicionais. O movimento consolida a estratégia da companhia de transformar o patrocínio esportivo em uma plataforma de marca e negócios, unindo inovação industrial, sustentabilidade e experiência do consumidor.

O movimento reflete a reestruturação promovida pela Vibra no final de 2025, quando foi criada uma Unidade de Negócios dedicada à lubrificantes para garantir foco, agilidade e integração vertical — da produção à estratégia comercial. Como pilar dessa nova fase, Lubrax passou por um amplo rebranding para alinhar a percepção do público aos seus atributos de alta tecnologia e performance, histórico comprovado no fornecimento para equipes da Fórmula 1. Essa combinação de posicionamento moderno e investimento na ampliação da fábrica em Duque de Caxias (RJ), a maior da América Latina, com capacidade para 500 milhões de litros por ano, já se traduz em resultados expressivos. No segundo trimestre de 2026, o segmento atingiu EBITDA recorde com alta

de 90% e avanço de 37% no lucro bruto anual, impulsionado por maior assertividade em preços e pela expansão de linhas de maior valor agregado, como a de sintéticos.

Nova embalagem com menos plástico

A nova embalagem *pouch*, edição licenciada Flamengo, chega ao mercado no próximo mês e materializa a estratégia de presença no cotidiano do consumidor nos mais de 120 mil pontos de venda do país, incluindo oficinas, concessionárias e Postos Petrobras. Lançamento pioneiro no segmento de lubrificantes no Brasil no início do ano, o formato flexível reduz em 65% a utilização de plástico na comparação com os frascos rígidos tradicionais, gerando também eficiências logísticas e de custos ao longo da cadeia de suprimentos. A versão licenciada contempla inicialmente produtos para veículos leves e motocicletas, as linhas Top Auto e Top Moto.

Além do mercado brasileiro, onde é a marca líder em vendas e *Top of Mind* há nove anos, Lubrax passa também por um período de expansão internacional. A meta da Vibra é, até 2030, elevar a sua participação na América Latina para 10%, fazendo com que o mercado regional responda por 40% das receitas do segmento de lubrificantes. O pilar desse avanço é a operação recém-iniciada na Argentina, onde a companhia estruturou sua primeira filial com produção local e equipe dedicada para disputar o segundo maior mercado da América do Sul.

> " Para a Vibra, a associação de Lubrax com o Flamengo gera muito valor, criando uma plataforma de negócios capaz de alavancar a potência dessas duas marcas líderes, aproximando Lubrax de milhões de consumidores. Inovações como a nova embalagem flexível mostram como aliamos tradição, tecnologia e presença forte no varejo para acelerar nosso crescimento", destaca **Marcelo Bragança, CEO de Lubrificantes da Vibra.**

A parceria com o Flamengo prevê ainda ações de engajamento ao longo do contrato de três anos, combinando a exposição de marca nos uniformes das equipes masculina e feminina ao ecossistema do programa de fidelidade Premmia, canais digitais e ativações promocionais contínuas em todo o território nacional.

Sobre a Vibra

Líder no mercado brasileiro de distribuição de combustíveis e *Top of Mind* em lubrificantes, a Vibra 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. No mercado de distribuição de combustíveis, a Vibra detém a licença da marca Petrobras, operando uma rede com cerca de 7,5 mil postos de combustíveis em todo o país, incluindo as franquias BR Mania e Lubrax+. Com presença em todas as regiões e Unidades Federativas, 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 11 mil clientes em 32 mil pontos de consumo, em setores como aviação, transporte, indústria, mineração, químicos e agronegócio. Com a marca BR Aviation, líder absoluta do segmento de aviação no Brasil, 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) 99101-0248 / (21) 99742-9748 / 21 99979-6291