12/04/2014 - Lafarge investe 1 milhão em campanha para reforçar marca Campeão no Rio de Janeiro

A Lafarge, líder mundial em materiais de construção e uma das maiores indústrias cimenteiras do país, estreia, no dia 14 de abril, campanha publicitária do cimento Campeão no Rio de Janeiro. Produzido na recém-inaugurada Unidade de Cimento Rio, o Cimento Campeão CP III 40 RS tem alta resistência e pode ser usado em todas as etapas da obra. A marca, criada em homenagem a Copa de 50, chega ao mercado fluminense às vésperas do Brasil receber o maior evento de futebol do mundo.
Fruto de investimento de 1 milhão de reais, a ação prevê inserções em rádio, busdoor e material promocional para pontos de venda e será veiculada na capital, baixada fluminense e regiões serrana e dos lagos. E-mail marketing e SMS especiais para revendas também estão previstos na campanha, que vigora até outubro.
Com o slogan “Um campeão nunca te deixa na mão” e imagens mostrando o afeto entre pai e filha, a campanha reforça a confiança depositada no cimento na hora de construir e a importância desta segurança, traduzidas na relação emocional das famílias com a construção de suas casas. Para rádio, a empresa traz um jingle em ritmo de samba, tradicional do Rio de Janeiro, para criar a identificação da marca com o Estado. As inserções, de 30 segundos, acompanham a temporada de futebol da Rádio Globo AM e FM até junho. A novidade da campanha fica por conta da ação de positivação de merchandising que a Lafarge realizará em 200 pontos de venda espalhados pelo estado.
“Com o Cimento Campeão CP III 40 RS, pretendemos fazer frente às necessidades do mercado de construção fluminense, fornecendo para as grandes obras de infraestrutura bem como para as obras de pequeno porte, contribuindo para a construção de moradias mais resistentes, bonitas e duráveis. Essa campanha é o pontapé inicial para criar a identificação da marca com o Rio de Janeiro e conquistar um novo mercado para a marca Campeão, já reconhecida como nossa marca nacional, e de grande sucesso em todo o país”, diz José Sabino, diretor de Marketing da Lafarge Brasil.

A Lafarge no Brasil - No Brasil desde 1959, a Lafarge é uma das principais empresas do país no setor de materiais de construção, com cerca de 1,8 mil empregados e um portfólio de marcas que incluem os cimentos Mauá, Campeão e Montes Claros, as linhas de concretos especiais Ultra Series, Artevia e Hydromedia, e as argamassas estabilizada e projetada. Seu parque industrial, distribuído nas regiões Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste conta com10 fábricas e estações de moagem de cimento, mais de 50 unidades para a produção de concreto, entre centrais móveis e fixas, e três áreas de mineração de agregados. Informações adicionais estão disponíveis no website www.lafarge.com.br

A Lafarge no Mundo - Líder mundial em materiais de construção, a Lafarge emprega 64 mil empregados em 62 países, e registrou vendas de 15,2 bilhões de euros em 2013. Com posições de destaque em suas linhas de Cimento, Concretos e Agregados, a Lafarge contribui para a construção de cidades em todo o mundo com soluções inovadoras para torná-las mais acessíveis, mais compactas, mais duráveis, mais bonitas e melhor conectadas. Com seu centro de pesquisa em materiais de construção pioneiro no mundo, a Lafarge coloca a

inovação no centro das suas prioridades, trabalhando para a construção sustentável e criatividade arquitetônica. Informações adicionais estão disponíveis no site www.lafarge.com.

S2Publicom