Bombril cria instituto e se reposiciona

por Perla Rossetti

Afim de rejuvenescer a marca imortalizada na campanha criada na década de 70 pela DPZ, e estruturar sua atuação social em diferentes comunidades, a Bombril anunciou na última quarta-feira (30) a inauguração da Casa Bombril, na zona Oeste de São Paulo, um dos braços do Instituto Roberto Sampaio Ferreira de responsabilidade social. O novo espaço é fruto de R$ 5 milhões em investimentos e foi desenvolvido de forma autossustentável para fornecer cursos gratuitos às secretárias do lar, com apoio do Senac. A Casa Bombril faz parte do marketing social da companhia, de acordo com o diretor da área, Marcos Scaldelai. "Percebemos que o instituto mobiliza a sociedade e a empresa para um novo pensamento de marca e marketing que coloca o protagonismo feminino como foco. Assim, a nova campanha publicitária e patrocínios evidenciam uma empresa multiprodutos, rejuvenescida e que reconhece a mulher como quem faz o sucesso da marca".

Ele afirmou que a Bombril investirá R$ 70 milhões em marketing e patrocínios culturais e esportivos em 2011, dos quais R$ 40 milhões serão aplicados na campanha publicitária com as mulheres humoristas, que entrou no ar em 14 de março. O restante do valor será dividido entre eventos como o "Mulheres que Brilham" - de reconhecimento às mulheres de destaque no cenário nacional - entre outros, como o recente patrocínio da seleção feminina brasileira de futebol, junto à TV Bandeirantes, um contrato de aproximadamente R$ 10 milhões. Scaldelai sinalizou a redução de investimentos em outras vertentes do esporte, como automobilismo, já que, daqui em diante, o protagonismo feminino será a bandeira da marca Bombril no Brasil. Posicionamento natural, já que comprovadamente as domésticas são influenciadoras de marca no País, ao escolherem os produtos de limpeza que desejam utilizar.

FILOSOFIA

Durante o evento de lançamento da Casa Bombril, a idealizadora do instituto, Alice Ferreira, esposa do herdeiro do grupo, Ronaldo Ferreira, afirmou que há anos a companhia realizava trabalhos sociais focando a mulher, porém de maneira pouco organizada. "Montamos uma equipe de responsabilidade social dentro da Bombril e temos consultores externos na área". Uma das profissionais de mercado à frente desse reposicionamento institucional é Margareth Goldenberg, que há um ano assumiu a diretoria de responsabilidade social da agência Repense. Desde então, ela está envolvida com projetos de 18 empresas, sendo que a Casa Bombril e o instituto têm sido desenvolvidos desde março de 2010.

A utilização para fins comerciais é proibida

Fonte: Propmark, São Paulo, 4 abr. 2011, p. 6