

Bombril lança marca jovem nos mercados regionais

Próximas ações de divulgação de cosméticos da Joy vão acontecer no Ceará, em Mato Grosso do Sul e nos Estados da região Sul

Por BRUNA MOLINA bmolina@grupomm.com.br

A Bril Cosméticos, marca brasileira de produtos de beleza e higiene feminina do Grupo Bombril, está promovendo eventos regionais para o lançamento da sua nova marca, a Joy, focada no público jovem. As ações de divulgação oferecem desfiles com modelos que apresentem as características de cada uma das linhas bem como sessões de fotos e autógrafos com o ator Klebber Toledo, que acompanha as apresentações da marca. Blogueiras, jornalistas e formadores de opinião de cada região também participam dos eventos.

As cidades mineiras de Belo Horizonte e Conselheiro Lafaiete foram palco das ações de lançamento da Joy, em abril. Salvador foi escolhida para receber o evento em julho. “Estaremos ainda na maior feira de cosméticos do Brasil, a Beauty Fair (que acontece em setembro, em São Paulo) e também iremos para Fortaleza, Campo Grande e Sul do País”, revela Marcos Scaldelai, diretor comercial, de marketing e P&D da Bril Cosméticos.

Segundo o executivo, a escolha das cidades está ligada ao perfil das consumidoras. “A marca está sendo apresentada ao País em cidades escolhidas pela empresa por conta de sua sinergia com os habitantes, além de terem um potencial econômico.”

A companhia passa por um processo de aceleração de crescimento e dispõe de R\$ 5 milhões para investir na nova campanha da Bril. “A Joy é uma marca muito



O ator Klebber Toledo participa de desfiles e sessões de fotos com consumidoras em Salvador

nova no mercado e tem como foco trabalhar nacionalmente com os canais e clientes, oferecendo produtos de fragrâncias marcantes direcionados às mulheres jovens da classe A e B”, relata Scaldelai.

Mercado não deve faltar para a companhia. Dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) mostram que o brasileiro está mais exigente em relação às fragrâncias e colônias que consome, graças ao maior poder de compras e aquisição de produtos

com maior valor agregado. Segundo dados da Euromonitor, o Brasil é o líder em vendas de produtos de fragrâncias, com 15% de participação em tudo que se consome no mundo e mais de 50% na América Latina.

Além das fragrâncias, a Joy oferece linha para tratamento de cabelo, sabonetes, loção hidratante e desodorantes, em embalagens divertidas e modernas, focadas no público jovem. A Bril Cosméticos também é detentora de outras marcas do segmento, como Ecologie e Lysoform.