

 ÍNDICE

Gestão de talentos exige novas práticas

Empresas precisam garantir a evolução dos profissionais com programas de gestão que vão além dos tradicionais benefícios, promoções e bons salários.



MARCAS

Lorenzetti faz 100 anos e se reposiciona

Para comemorar o centenário da empresa, está programada uma extensa agenda de ações e novidades. Novo conceito ressalta o legado de pioneirismo e renova o compromisso de reinventar-se em busca da longevidade, sob o título *Lorenzetti 100 anos - Inovação que desafia o tempo*. **pág. 16**

Fotos: Divulgação



MARCAS

Cacau Show vira maior rede de franquias do país

A Cacau Show assumiu a liderança do ranking das 50 maiores redes de franquias do Brasil, ocupando o posto encabeçado pelo O Boticário desde 2017. Rede tem quase 3,9 mil lojas em todo o país. **pág. 17**



PRODUTORAS

Broders produz álbum visual de Elza Soares

Empresa oferece projetos integrados para o mercado, com tecnologia e produção de conteúdo audiovisual embarcados. Ao mesmo tempo, aposta no crescimento do braço de entretenimento. Neste ano, vai lançar álbum visual de Elza Soares. **pág. 13**



DIGITAL

iCasei prevê aumento de casamentos

Para 2023, a expectativa do site especializado é ultrapassar a marca de 125 mil casamentos transacionados pela plataforma. "Em janeiro deste ano, já tivemos um volume 10% maior de usuários do que o mesmo período de 2022", destaca o CCO Diego Magnani. **pág. 21**

Editorial	3
Conexões	6
Curtas	7
Quem Fez	8
Inspiração	9
Entrevista	10
Memória	12
Produtoras	13
Giro no Mercado	14
Marcas	16
Prêmios	18
Agências	20
Digital	21
Mercado	22
ESG no MKT	30
Click do Alé	31
We Love MKT	32
Supercenas	33
Última Página	34

Lorenzetti aproveita o centenário para se reposicionar de olho no futuro

Empresa tem agenda ampla de programação para comemorar os seus 100 anos, que passam por ações e diversos lançamentos de produtos

NEUSA SPAULLUCCI

A Lorenzetti está comemorando 100 anos de atividade e, no passado, foi uma marca que se destacou no segmento porque promoveu, por vários anos, o *Show de banho*, sempre realizado na Feicon Batimat, maior feira do setor da construção civil da América Latina.

A ideia consistia em divulgar o principal lançamento da marca, que sempre foi o chuveiro elétrico. Grupos de dançarinos faziam sempre uma performance, com um tema predeterminado, em horários escalonados ao longo do evento. Era a maior ativação da feira e sempre muito aguardada por quem frequentava o evento.

Em algumas oportunidades, inclusive, modelos famosas tomavam banho durante a promoção, atraindo principalmente o público masculino. Dava o que falar. Ponto para a marca que ganhava mídia espontânea e aplausos do público.

Para comemorar o centenário da empresa, não haverá *Show de banho*, mas, Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti, afirma que está programada uma “extensa agenda de ações e novidades à altura do importante marco”.

Os projetos, segundo ele, terão foco nas ações sociais, culturais, esportivas, educacionais, ambientais e tecnológicos. “A primeira ação para o público externo no ambiente digital é o *hotsite* dos 100 anos. O canal já reúne o manifesto do novo posicionamento e vídeos, além de uma volta ao passado, com fotos históricas”.

A marca aproveita os 100 anos para se reposicionar no mercado. Galina afirma que o novo conceito ressalta o legado de pioneirismo e renova o compromisso de reinventar-se em busca da longevidade, sob o título *Lorenzetti 100 anos - Inovação que desafia o tempo*. “Além



Paulo Galina: “Nosso objetivo é reafirmar nossa visão de futuro para inovação”

de valorizar a história da marca, nosso objetivo é reafirmar nossa visão de futuro para inovação, qualidade e tecnologia”, conta o executivo, acrescentando que a Lorenzetti contratou a agência Spice, especializada em comunicação 360º, especialmente para trabalhar o evento deste ano. Quando se trata de expectativa, ele fala que é muito positiva.

“O ano se torna extremamente especial, pois alcançar 100 anos é para poucos, sendo um privilégio, fruto de muito trabalho e dedicação. Por isso, estamos preparando muitas ações e campanhas em comemoração ao centenário e prestes a participar de duas importantes fei-

“DESAFIO É SEMPRE ESTAR À FRENTE DA CONCORRÊNCIA E INOVAR DENTRO DAS PRÓPRIAS INOVAÇÕES”

ras, a Expo Revestir e a Feicon Batimat, que abrangem especificadores das áreas de arquitetura e decoração e profissionais da construção civil, respectivamente. Em ambas as oportunidades, apresentaremos ao mercado todos lançamentos que preparamos para 2023”.

A Lorenzetti é uma empresa 100% nacional, que, segundo Galina, se tornou uma marca de alto renome reconhecida por 75% da população brasileira, presente em milhões de lares, além da atuação em mais de 45 diferentes países.

“Atualmente, a Lorenzetti é líder nas categorias de duchas, chuveiros, torneiras e aquecedores elétricos, além de aquecedores de água a gás. A marca também atua há décadas em metais e plásticos sanitários e purificadores de água, e recentemente ingressou nas categorias de iluminação e louças sanitárias”, explica.

Ele fala ainda que Lorenzetti é top of mind em duchas e chuveiros elétricos, que a marca tem forte atuação na categoria com seus produtos consolidados no mercado.

“Nos últimos anos, a empresa apostou muito em novas tecnologias e design, desenvolvendo produtos que se tornam objetos de desejo do público. O desafio é sempre estar à frente da concorrência e inovar dentro das próprias inovações, garantindo produtos que unem funcionalidade e design”, argumenta.

Ele destaca que há uma forte concentração de investimentos na manutenção da liderança nas categorias, como torneiras e aquecedores elétricos e aquecedores de água a gás, além do foco em reforçar a posição de destaque nos outros segmentos. “Para este ano, por exemplo, teremos cerca de 75 lançamentos”, afirma.

Podemos também ressaltar o investimento de R\$ 200 milhões no aumento da capacidade produtiva na fábrica de louças sanitárias, em Poços de Caldas (MG), que tem ocorrido desde novembro de 2021 e segue até o primeiro semestre de 2024, visando a posicionar a Lorenzetti entre as maiores fabricantes do segmento.