



Digite um termo que deseja encontrar

Buscar

29/11/2007



Vale apresenta nova marca e novo posicionamento de comunicação para ressaltar sua força global

A Vale apresenta hoje, 29 de novembro, sua nova marca e seu novo posicionamento de comunicação. O anúncio será feito pelo diretor-presidente da empresa, Roger Agnelli, simultaneamente, para cerca de 500 gestores da empresa de todo o mundo reunidos pela primeira vez, no Forte de Copacabana, no Rio, e também para mais de 57 mil empregados, acionistas, investidores, parceiros, comunidades onde a empresa atua e a imprensa de mais de 30 países.

Respalhada pela aquisição da mineradora canadense Inco, que a alçou ao segundo lugar no ranking mundial das mineradoras no ano passado, a empresa pretende, através da nova identidade visual, consolidar sua imagem de empresa brasileira com atuação global, ressaltando sua posição de destaque no cenário internacional.

Com a divulgação de seu posicionamento e valores - a qualidade de seus produtos, a ética, a responsabilidade socioambiental, o esforço para contribuir com o desenvolvimento dos empregados e comunidades onde atua e o compromisso com o desenvolvimento sustentável, a empresa pretende diferenciar-se no mercado da mineração.

O projeto não contempla a mudança de nome da empresa, mas reforça a palavra "Vale", unificando sua utilização em todos os mercados onde atua. A idéia é que todas as unidades de negócios abandonem as expressões "Companhia Vale do Rio Doce", "Rio Doce" ou a sigla CVRD. A decisão levou em conta a brasilidade, a força, a simplicidade e a sonoridade do nome "Vale", que será usado em oito idiomas.

Na comunicação ao público, será ressaltado o fato de que a Vale produz ingredientes essenciais para a vida diária, fornecendo, com sua produção de minério de ferro, a matéria-prima para diversos produtos como computadores, relógios ou fogões. Com isso, a marca Vale estará mais próxima das pessoas.

O novo posicionamento e a nova marca da Vale foram criados pela empresa norte-americana Lippincott Mercer e sua parceira no Brasil, a Cauduro Martino. A Lippincott é líder em design e estratégia de branding e tem entre seus principais clientes Coca-Cola, General Electric, ABN-AMRO, IBM, Motorola e Rede Globo. A Cauduro Martino tem vasta bagagem em implantação de marcas, com clientes como Banco do Brasil, Unimed, TAM e Natura.

Mais informações

