



Abrainc lança campanha nacional em prol do setor de incorporação

A Abrainc (Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias) — entidade que reúne mais de 30 players do setor com representação nacional — apresenta nesta semana a sua campanha institucional, criada pela Central Business Comunicação e Tboom Full Digital Marketing.

A ação é constituída de duas versões de filme para TV e internet; anúncios impressos para jornais e revistas, em versões institucional e desmembrados; *branded content* em formato de esquetes institucionais para rádio; peças para internet e cobertura de redes sociais, com alcance nacional em todas as mídias, diariamente. A campanha tem início em 28 de novembro e segue até fevereiro de 2018; e nas mídias sociais será mantida após esta data.

O objetivo é consolidar a imagem do setor cujo reconhecimento por parte do grande público ainda não é pleno, apesar de estar presente no cotidiano de toda a sociedade.

O desafio imposto foi o de recriar a imagem, propondo um reposicionamento com definição clara da atuação e do papel exercido pelas incorporadoras imobiliárias em todo o País:

- a importância da atuação do setor de incorporação imobiliária na produção de riquezas, na geração de mais empregos e, conseqüentemente, no desenvolvimento do Brasil;
- a movimentação de uma grande cadeia de atividades, incluindo indústria, comércio e serviços;
- a responsabilidade social, pelas vias do desenvolvimento ordenado das cidades e, principalmente, pela entrega de unidades habitacionais em todo o país, para todas as classes sociais.

Nessa linha de comunicação, envolvente e esclarecedora, a Associação apresenta o trabalho das incorporadoras imobiliárias permeando o dia a dia de todas as pessoas; e viabilizando conquistas pessoais e coletivas.



Criou-se, então, o conceito-título da campanha “DO MESMO LADO”, que traz de forma objetiva como o setor de incorporação imobiliária anda lado a lado com a sociedade e o País, trabalhando junto e de forma colaborativa para o desenvolvimento social, humano, tecnológico, ambiental e econômico do Brasil.

A criação das peças se deu de forma a trazer esse conceito de maneira didática e acessível para o público em geral.

A Nova Marca

Em paralelo à campanha de reposicionamento, houve também a necessidade de uma atualização da marca da Abrainc, que pudesse acompanhar o novo momento da entidade, incorporando o envolvimento assumido com a sociedade e o País.

Ela se apodera da sílaba “BRA” existente tanto em “Abrainc” como em “Brasil”, valorizando nessa sílaba a bandeira brasileira, bem como a abrangência de atuação da Abrainc.

A marca reforça a crença da Abrainc no País, como elemento gráfico, criando assim um ícone forte.

Outro componente são as cores selecionadas, que compõem uma palheta mais moderna com o objetivo de destacar a gestão inovadora da entidade.

Ficha Técnica

| | | |
|--|--|--|
| Diretor de Criação Oswaldo Rodrigues Filho | UX Designer Stephan Rocha | Atendimento Roberta Betti |
| Diretor de Estratégia Digital Leandro Ogalha | Desenvolvimento Tecnológico Alexandre Yokota | Produtora de Filme Proimagem |
| Diretor de Arte Marcos Marcenari | Coordenação de Mídia Barbara Silva Wagner Dias | Diretor Henrique Avari |
| Redator Marcelo Bicarato | RTVC Esperanza Spinzi | Produtora Executiva Fabiana Carvalho |

Sobre a ABRAINIC

A Abrainc foi constituída em 2013 com o objetivo de levar mais eficiência à gestão, qualificar e aprimorar o processo da incorporação imobiliária. Atualmente a Abrainc reúne 34 companhias e abrangência nacional. Seu objetivo é representar essas empresas, fortalecendo o setor e contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país e de suas cidades. A associação atua

em defesa da responsabilidade socioambiental, da ética, da integridade e das conformidades técnica, fiscal e urbanística.

Entre os principais temas em debate atualmente na associação estão as questões referentes aos processos de incorporação, ao impacto dos empreendimentos nas cidades, à burocracia nas diversas fases do negócio, à produtividade do setor e à ampliação do crédito e do financiamento.