



**conteúdo
digital
influência**

Case As Cores da Transformação, Iquine 50 anos

Prêmio Jatobá 2025

Desafio

Celebrar os 50 anos da existência da Iquine, maior indústria de tintas do Brasil com capital 100% nacional, e salientar a trajetória de sucesso da companhia, realizações e o legado para o povo brasileiro, evidenciando:

- Concretização do seu propósito por meio da qualidade e inovação de seus produtos.
- Tradição e cultura, as raízes da Iquine, suas contribuições para o desenvolvimento socioeconômico do Nordeste e iniciativas em prol do esporte e da cultura locais.
- Fomento ao empreendedorismo por meio de seus produtos e da influência do fundador e de sua história inspiradora de criação de Tintas Iquine.



Estratégia

Desenvolvimento de Plano de Comunicação Integrada para campanha de Memória Institucional.

Digital

Amplificação da narrativa de Memória Institucional nas redes sociais e outros canais digitais



Conteúdo

Produção de conteúdos em diferentes formatos para contar a história de sucesso da Iquine



Influência

Mensagens institucionais e sobre o futuro de negócio, compartilhadas com mídia para fortalecer a reputação da marca

Pilares Estratégicos

A campanha de Memória Institucional tem como premissa os seguintes pilares:



Conceito Criativo

Iquine 50 anos: As Cores da Transformação

Há cinco décadas, a Tintas Iquine coloca as pessoas no centro de sua atuação para desenvolver produtos com qualidade, inovação e ética, atendendo às necessidades daqueles que se relacionam com a empresa.

O propósito de levar cores às vidas das pessoas está expresso além da produção de tintas, na contribuição da Iquine para o desenvolvimento socioeconômico do Nordeste brasileiro e, principalmente, no legado de transformação na vida das pessoas que usam os seus produtos e da sociedade, impactada pelas iniciativas de responsabilidade social e ambiental da Iquine.

Contamos todas as nuances dos 50 anos de empresa por meio de histórias inspiradoras transformadas pelas cores da Iquine!



Livro

Trajétoria de sucesso da Iquine é contada por meio de 50 relatos inéditos de pessoas que fizeram parte da história da companhia.

Fundador e família, colaboradores, parceiros, clientes, empreendedores e gestores de projetos sociais contam a sua conexão com a marca e como a Iquine se tornou a maior indústria de tintas do Brasil com capital 100% nacional e líder do setor no Norte e Nordeste do país.

As imagens que compõem o livro também são inéditas.





Produção Audiovisual

Além dos relatos em textos, alguns dos depoentes foram também registrados em vídeo, garantindo ainda mais vida e humanização à narrativa da campanha.

Nos registros audiovisuais, cada personagem destaca como sua própria história se conecta com a Iguine, usando a cor como um aspecto fundamental dessa relação, o que evidencia o propósito da companhia: **levar cores para a vidas das pessoas.**





Landing Page

No universo digital da campanha, criamos uma Landing Page que se tornou o grande ponto de encontro da história da marca. Lá, reunimos o livro digital, com os depoimentos de personagens que fizeram parte e construíram essa trajetória; uma série de vídeos com relatos emocionantes; e uma playlist especial com 50 hits brasileiros para celebrar os 50 anos da Iquine.

<https://iquine50anos.com.br/>



[Acesse a landing page aqui.](https://iquine50anos.com.br/)



Redes Sociais

Nas redes sociais, desdobramos as mensagens da campanha para criar mais proximidade com o público da Iquine. Mostramos os marcos dessa história, compartilhamos falas inspiradoras e recortes dos depoimentos que conectam a marca à vida das pessoas.

Cada conteúdo, seja no feed, nos stories ou em vídeos curtos, carregou as cores da empresa e a energia da brasilidade que fazem parte do seu DNA. Assim, reforçamos o orgulho de uma marca que pinta não só paredes, mas memórias e histórias pelo Brasil.



Clique nas imagens para acessar o post.



PR | Exclusiva

A CDI trabalhou os 50 anos da Iquine na imprensa com foco nas editorias de Negócios, Arquitetura e Decoração e Mercado de Tintas.

Primeiramente, pelo marco de meio século e por se tratar da maior companhia do setor com capital 100% brasileiro, foi sugerida uma exclusiva ao grande veículo de Negócios e conquistamos um espaço relevante no **Valor Econômico**.

Na sequência, foram trabalhados dois momentos em Recife: uma coletiva com jornalistas regionais e nacionais dos mailings indicados acima; e, parte deles, com foco mais social, acompanharam a solenidade oficial dos 50 anos.





cdicom.com.br

Obrigado!

Everton Vasconcelos

Diretor de Atendimento e Conteúdo
everton@cdicom.com.br

Mayara Guedes Oliveira

Head de Conteúdo
mayara.oliveira@cdicom.com.br

João Feliciano

Coordenador de Atendimento
joao.feliciano@cdicom.com.br

Rua Cunha Gago, 700
Pinheiros - São Paulo
Brasil

William Maia

Diretor de Atend. e Comunicação Digital
william.maia@cdicom.com.br

Yeska Nakamura

Head de Comunicação Digital
yeska.nakamura@cdicom.com.br

Ananias Garcia

Head de Criação
ananias.garcia@cdicom.com.br