

Duratex agora é Dexco e reconstrói sua arquitetura de marcas

Ao completar 70 anos, companhia apresenta nova estratégia corporativa com uma arquitetura de marca desenvolvida pela Interbrand e convida todos a viverem a mudança em campanha assinada pela África

No ano em que celebra 7 décadas de atuação e registra os melhores resultados de toda sua história, a Duratex - detentora das marcas Deca, Portinari, Hydra, Duratex, Ceusa e Durafloor - dá mais um importante passo em sua trajetória e passa a se chamar **Dexco**. A companhia consolida seu perfil centrado no consumidor final e em sua jornada. A promessa da nova marca – Viver Ambientes - concretiza o propósito de oferecer Soluções para Melhor Viver.

“Nasce uma empresa de 70 anos, que se orgulha de todas as conquistas do seu passado e de toda a transformação cultural vivida ao longo dos últimos quatro anos, cujos impactos na companhia nos fizeram alcançar resultados históricos. Essa jornada pavimentou o caminho para, agora, focarmos em um novo momento em que buscamos nos aproximar cada vez mais dos nossos consumidores, por meio de uma arquitetura de marcas inteiramente redesenhada. **Dexco** é, portanto, uma nova companhia: mais digital, aberta, dinâmica e integrada, com um portfólio de soluções para tornar cada vez melhor a experiência de construção e reforma”, explica Antonio Joaquim de Oliveira, presidente da **Dexco**.

Parte fundamental deste movimento é o olhar atento para o significado de cada uma das marcas. De forma integrada, os negócios da companhia revisitaram suas identidades visuais e suas estratégias de marketing. Trouxeram novas promessas, novos posicionamentos, novos territórios e nova linguagem visual. Movimento alinhado à centralidade no consumidor. E, à medida que essa mensagem foi renovada, se fez mais necessária a revisão da marca corporativa. Estabeleceu-se, então, uma plataforma de marca que, sob o propósito de oferecer Soluções para Melhor Viver, cria ambientes que possam ser vividos em sua totalidade, pois é da convivência harmônica entre estética e funcionalidade que as soluções da Dexco serão capazes de oferecer bem-estar, conforto e cuidado para a vida das pessoas.

O novo posicionamento foi capitaneado pela Interbrand em um processo iniciado há cerca de 2 anos. A Dexco passa a ter uma plataforma de marcas com uma via de mão dupla entre marca corporativa e marcas de produto, que traduz características importantes e possibilita a alavancagem da vantagem competitiva da Dexco – estar em todos os ambientes com diferentes soluções.

Segundo Beto Almeida, CEO da Interbrand que conduziu o projeto desde o seu início, o grande desafio foi conseguir espelhar a transformação do negócio e da cultura da empresa em sua estratégia de marca. “A conexão que cada marca tem com seus consumidores foi a base para toda a evolução na estratégia de todo seu portfólio. No fim, Dexco foi uma evolução natural capaz de captar o que era essencial em sua história de grande sucesso, ao mesmo tempo que aponta a empresa para seu futuro criando uma convivência harmoniosa entre forma e função no seu melhor”, afirma Almeida.

Para traduzir este movimento, a Africa desenvolveu uma campanha que convida todos a refletirem sobre as mudanças de suas vidas e apresenta a Dexco como uma marca que fez e faz parte das memórias afetivas e de todos esses momentos que são vividos nos ambientes todos os dias. Com locução de Denise Fraga, o filme tem criação da Africa, produção da Santeria e direção de We are Magnólias. Sua estreia está marcada para o próximo domingo (18), durante intervalo do programa Fantástico, da Rede Globo, e fica no ar até o final do ano.

“Para a Africa foi um enorme desafio apresentar a marca Dexco, uma empresa que faz parte da vida de milhões de brasileiros. Todo nosso conceito se baseou na ideia da Mudança, que é o principal motivo de compra de um produto de construção ou decoração. Nós procuramos retratar, de uma forma humana e sensível, as pequenas ou grandes mudanças de vida que acontecem todos os dias em nossas casas”, comenta Aaron Sutton, Diretor de Criação da Africa.

Em breve, a companhia anunciará outra importante ação, a criação da *flagship store* da Dexco, que conta com o apoio de consultoria especializada em varejo e tem previsão de inauguração em 2022.

Para saber mais sobre a Dexco e suas marcas acesse: www.dex.co

Sobre a Dexco

Na Dexco, acreditamos que ambientes existem para serem vividos. Para isso, por meio de nossas marcas - Deca, Portinari, Hydra, Duratex, Ceusa e Durafloor – oferecemos soluções que combinam estética e funcionalidade, promovendo conforto e bem-estar. Aqui, acreditamos que temos um papel importante na sociedade e, desde o início da nossa trajetória, as questões ambientais, sociais e de governança pautam nossas discussões sobre o futuro da companhia. Somos uma empresa brasileira, privada e de capital aberto, controlada pela Itaúsa – Investimentos Itaú S.A - e pelo Bloco Seibel. Com sede administrativa em São Paulo, possuímos 21 unidades industriais e florestais estrategicamente localizadas (Estados de Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo), além de três fábricas de painéis na Colômbia - Dexco Colômbia. Estamos também à frente da LD Celulose, por meio de uma joint venture com o Grupo Lenzing e da Caetex, joint venture criada para o plantio de florestas de eucalipto em Alagoas. Nossas ações estão listadas no Novo Mercado (o mais elevado padrão de Governança Corporativa) e na versão 2019/2020 da B3 - ISE.

Contato para a imprensa:

A4&Holofote Comunicação

Tel: +55 11 3897 4122

Denis Prado

denisprado@a4eholofote.com.br

(11) 98952-8039

Thiago Rosa

thiagorosa@a4eholofote.com.br

(11) 9 9930-5293