



## MUITO MAIS QUE TUBOS DE SANGUE

### *Campanha de 60 anos do Lustosa enfatiza a valorização da vida*

O Laboratório Lustosa completou 60 anos e, para celebrar a data, várias ações de marketing foram realizadas. Dentre as novidades, estão a nova marca da empresa, a exposição “ARTErial”, que seguirá itinerância pelas unidades do laboratório, e a campanha de rua, com anúncios impressos, online, spots de rádio e back bus.

De acordo com o diretor da agência Sigla Comunicação, Luiz Oliveira, o trabalho teve um grande desafio, que foi o de retratar a filosofia da empresa por meio do cuidado especial dedicado a cada paciente. Para isso, foi desenvolvido o conceito de que as amostras de sangue são muito mais que gotas coletadas, elas representam vidas.

A partir disso, procurou-se demonstrar a ideia do cuidado por meio de um jogo de elementos visuais, no qual os personagens são enquadrados e vistos através de um tubo de coleta, personificando as amostras. “O resultado foi como o esperado, as pessoas entenderam a proposta, gostaram e foi possível passar a essência do Laboratório com a campanha”, avaliou Luiz.

Já a atualização da marca teve como objetivo comunicar a evolução do negócio e adequá-la ao seu atual momento de expansão, com a abertura de novos serviços e unidades. “Com mais de 26 unidades na Região Metropolitana de Belo Horizonte, o Lustosa inicia uma nova fase da sua história, mantendo sua veia de qualidade e preocupação com os resultados entregues, apoiando uma conduta médica segura, ao mesmo tempo em que aponta novos rumos para a empresa, alinhados ao futuro da medicina diagnóstica”, destaca a coordenadora de Marketing do Lustosa, Fernanda Januzzi.

O símbolo arredondado do logotipo é uma referência ao sangue centrifugado dentro de um tubo de ensaio, visto de cima, para a realização da análise clínica. Ele foi valorizado para destacar o elemento considerado como o cerne da patologia clínica e para realçar a letra “g” contida no logotipo, que faz menção ao primeiro nome do fundador do laboratório, o Dr. Geraldo Lustosa. Com isso, foi dada maior ênfase ao seu sobrenome, visando reforçar a forma como o laboratório já é tratado pelos clientes, parceiros e colaboradores.

#### **Ficha Técnica / Campanha 60 Anos:**

Agência: Sigla Comunicação

Direção de Criação: Carlos Prado

Atendimento: Júlia Mundim  
Produção Gráfica: Alice Acorroni  
Mídia: Rodrigo Fortini e Misael Pinto  
Redação: Luiz Oliveira e Emilly Vargas  
Direção de Arte: Babi Garcia e Carlos Prado  
Aprovação: Fernanda Januzzi e Anaise Rosa



**ASSESSORIA DE IMPRENSA**

EH!UP Comunicação Inovadora - (31) 2551-3480  
Eulene Hemétrio – [eulene.hemetrio@ehup.com.br](mailto:eulene.hemetrio@ehup.com.br)  
Rafael Gomes – [rafael.gomes@ehup.com.br](mailto:rafael.gomes@ehup.com.br)