

SUNDOWN®

O MERCADO

Atualmente o segmento de proteção solar é tão importante quanto cuidar da saúde. É um mercado que está em constante expansão, mas nem sempre foi assim. Quando foi lançado em 1984, Sundown* precisou ensinar e alertar os consumidores sobre a importância da proteção contra os raios UVB.

Por ser uma marca pioneira e inovadora, Sundown* logo ganhou espaço no verão dos brasileiros adquirindo a liderança neste setor.

No ano passado o segmento faturou US\$ 427 MM de acordo com a fonte Euromonitor 2006, o que colocou o Brasil como 4º mercado mundial.

Hoje a marca da Johnson & Johnson não pára de revolucionar o mercado com constantes pesquisas e lançamentos, e se tornou uma marca especialista em oferecer a melhor proteção, dentro e fora d'água, para as crianças e toda a família.

CONQUISTAS

O sucesso de Sundown* não é medido apenas pelo volume das vendas. A marca já conquistou diversas premiações, que ratificam a posição de líder de mercado neste segmento. Em 2006, levou o 22º Prêmio Colunistas Promoção Brasil com o bronze pela campanha Carrinho Sundown. No ano passado também recebeu o 16º Prêmio de Excelência Gráfica Fernando Pini.

Já em 2007 conquistou o primeiro lugar no 3º Ranking Running BR de Conceito e Imagem do Segmento Esportiva. Ainda em 2007 foi o grande vencedor do Prêmio Colunistas na categoria Promoção, com uma medalha na categoria Materiais de Ponto-de-Venda Peça ou Conjunto de Peças de Merchandising de Produto Prata pela campanha Estação Sundown.

Um dos prêmios mais festejados pela marca

foi a manutenção da 1ª colocação no prêmio Top of Mind do Verão 06/07 realizado pelo Datafolha, sendo a marca mais lembrada de todas as categorias.

HISTÓRIA

Em 1984, a necessidade do consumidor era basicamente a de bronzeamento. Neste cenário,

to Sport, introduzindo mais 2 fatores de Proteção: FPS 4 e 15.

Em 1995 desenvolve três novos produtos, Sundown* Baby FPS 15, Sundown* Kids FPS 15 e Sundown* Repelente FPS 15.

Cinco anos depois trouxe a Facial UV-A PLUS FPS 30, Melhor Proteção UV-A + UV-B para proteger de forma específica a delicada e sensível pele do rosto. Neste ano Sundown* traz também Clear Gel FPS 15.

A partir de 2004, Sundown* passa a disponibilizar no mercado a linha Beauty de Sundown* e uma linha de protetores desenvolvidos especificamente para a pele morena a negra.

No ano seguinte, em 2005, a marca bateu seu recorde de participação no mercado e comemorou lançando dois novos produtos da linha Gold de Sundown. A marca continua em forte crescimento com diversos lançamentos programados.



O PRODUTO

Sundown* foi o responsável pelo conceito e desenvolvimento da categoria de protetores solares no Brasil. Os produtos da linha Sundown* incorporam avanços tecnológicos de substâncias, conceito de fórmula, processo de fabricação e metodologias de avaliação. Representa o que há de mais atual em produtos para proteção solar.

Desde seu lançamento investe em pesquisas para entregar ao consumidor a melhor proteção contra os raios do sol. Sundown oferece a linha mais completa do mercado, com produtos para todas as necessidades dos consumidores.

Na linha Regular apresenta a melhor proteção com FPS de 15 a 60, para as crianças a Linha Kids tem as melhores opções para peles sensíveis e

oferece seis horas de proteção a água e não escorre nos olhos. A linha Gold proporciona um bronzeado seguro e duradouro, pois contém beta caroteno.

A linha Beauty foi criada para atender mulheres que buscam cor saudável com alta proteção e pele uniforme sem manchas. A linha Illumine é apropriada para pele negra e morena, e contém óleo de buriti e vitamina E. A linha Sport atende a alta performance do esportista, garantindo 5 horas de proteção a água e suor. Além disso, possui autobronzeador, protetor de lábios, pós sol e gel protetor.

EVOLUÇÕES RECENTES

Este ano Sundown* apresentou uma nova fórmula com a exclusiva tecnologia Sun Complex. A fórmula é resultado de um trabalho minucioso dos cientistas do Centro de Pesquisa & Tecnologia da Johnson & Johnson, a novidade garante principalmente uma proteção balanceada UVA/UVB – a mais nova recomendação das Diretivas Cosméticas da Europa.

O produto é uma combinação de filtros suaves, não oleosos e de rápida absorção, garantindo muito mais proteção e saúde para a pele.

Sundown* também está lançando 3 itens de sua linha em sachets de 20 ml. Este projeto visa aumentar a penetração da categoria oferecendo ao consumidor um produto mais acessível. Outro objetivo é aumentar o volume de distribuição, levando a marca para novos pontos-de-venda e ainda desenvolver novos canais de conveniência para o consumidor.

COMUNICAÇÃO

Desde a sua criação até a década de 90 Sundown* teve uma comunicação voltada à construção do Equity de Proteção, e de importantes valores da

marca como confiança, pioneirismo e segurança. Nesta fase Sundown* buscou ensinar de forma leve e didática para o que servia o produto. Em uma segunda fase já na década de 90 a marca começa a divulgar as vantagens de se usar um protetor solar, mostrando o final feliz dos consumidores que usavam o produto e aproveitavam o melhor do verão.

A partir de 2000 uma nova fase em que o foco principal de Sundown* é reforçar alguns valores como, inovação, especialista, aliados a um conceito de modernidade e brasilidade. A marca passou a mostrar para o consumidor suas inovações de produto e seus benefícios exclusivos com o intuito de oferecer as melhores soluções de cuidados sob o sol para todos os perfis de consumidores.

No verão de 06/07 Sundown traz uma grande inovação para a comunicação da categoria, depois de realizar um estudo antropológico com consumidores e sua relação com o sol. A marca evolui de uma comunicação focada em benefício de produto para uma comunicação de ideal, convidando e incentivando as pessoas a viverem a vida ao ar livre sob o sol, pois na crença de Sundown* “A vida gira em torno do Sol”.

Para o verão 07/08, Sundown através de um tom de comunicação inusitado e irreverente vai “Patrocinar o Sol”, mostrando assim que só a marca que acredita que “A Vida gira em torno do Sol” poderia ter esta atitude.

VALORES DA MARCA

Desde a sua criação Sundown* buscou agregar diversas qualidades a sua marca. É um produto



divertido, alto astral, alegre e leve. Além disso, pretende ser amigável e descomplicado. Ao mesmo tempo em que é amigo do Sol, também é democrático, pois atende a diferentes necessidades dos consumidores.

Faz parte da missão de Sundown* incentivar



var as pessoas a viverem uma vida saudável ao ar livre sob o sol, e oferecer as melhores soluções para cada pessoa aproveitar o melhor do sol com liberdade, em qualquer momento, situação e lugar.

Sundown* inspira confiança, e oferece a melhor proteção com qualidade e acredita que o Sol é uma fonte de energia que renova, deixa tudo mais feliz, mais bonito e alto astral. Quando as pessoas estão ao ar livre sob o sol elas se sentem livres, com mais disposição e vontade de aproveitar o melhor da vida.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE SUNDOWN

- A avaliação do conceito de Sundown em 1984 foi um desastre. As pessoas perguntavam: “Porque eu vou usar um protetor solar se eu quero ir para a praia e me queimar?”. Mesmo com a rejeição preliminar Sundown* seguiu em frente e através de uma irreverente campanha de comunicação (pimentão como garoto propaganda) ensinou os consumidores sobre a importância do protetor solar para evitar queimaduras solares e vermelhidão sob os raios UVB. Tornou-se uma marca didática e posicionada como amiga do Sol. O resultado foi uma grande aceitação e os mais de 20 verões de sucesso.

