

**Rebranding sintetiza evolução da companhia, valorização das pessoas e foco no conhecimento. Lançamento coincide com a inauguração da nova sede no centro do Rio de Janeiro**



IRB (Re)

Uma empresa mais leve e eficiente. O IRB Brasil RE, líder do mercado brasileiro de resseguros, agora é IRB (Re). Apresentada hoje (01/06) pela companhia, a releitura da marca – ou *rebranding* – coincide com a inauguração da nova sede, no Ventura Corporate Towers, no centro do Rio de Janeiro. O projeto gráfico, baseado em logo tipográfica, traduz o momento de transformação do ressegurador.

“Estamos reescrevendo o futuro. Essa marca sintetiza a evolução do IRB: uma empresa cada vez mais ágil, que se comunica melhor e, sobretudo, valoriza as pessoas e o conhecimento. Temos uma equipe altamente capacitada, que conhece o negócio e faz a diferença. E, agora, com a nova sede, temos um ambiente moderno, mais aberto, que favorece a integração, a troca de conhecimento entre as áreas e a proximidade com os clientes e parceiros de negócios”, afirma Marcos Falcão, CEO do IRB (Re).

### **‘Marca que fala’**

A nova marca, desenvolvida após meses de imersão, entrevistas com *stakeholders* e análises de contexto, tem como pilar estratégico o conhecimento. “Construímos um conhecimento único sobre resseguros no Brasil, que pode contribuir muito para o desenvolvimento da sociedade. Estamos transformando uma marca sóbria em uma marca comunicativa, que fala. Que sente a necessidade de participar, de se relacionar com todos os seus públicos, realçando seu papel de marca protetora”, explica Daniele Sibucs, gerente de Marketing do IRB (Re).

Desenvolvida pela Tátil Design – empresa de branding e design –, o logo ‘IRB (Re)’ fala pela companhia. Cada letra tem significados, conforme explica a consultoria, que reescrevem o futuro do ressegurador. A marca protetora é representada pelo próprio signo dos parênteses, que tem o significado visual de conter, acolher, proteger, cuidar e falar. Explicam que o IRB (Re) é uma companhia de resseguros e o que isto significa.

“Para expressar esse novo momento, identificamos e evoluímos as propriedades expressivas da marca. Um nome que se renova para mostrar sua disposição ao diálogo, seu olhar para o futuro. Uma marca que se torna parte da própria conversa. Um sistema de identidade capaz de comunicar todos esses significados em cada ponto de relacionamento, ajudando a construir a imagem de uma marca coletiva, diversa, que articula a sua inteligência para renovar o resseguro no Brasil”, Ricardo Bezerra, Chief Creative Officer (CCO) da Tátil Design.

#### **Foco no Brasil**

Olhando para frente, a companhia definiu como estratégia de negócios intensificar seu foco no mercado nacional, reforçando diferenciais competitivos como o conhecimento, corpo técnico, capilaridade e capacidade financeira. A meta é emitir 80% dos prêmios no Brasil e completar o portfólio, prioritariamente, com operações na América Latina (15%) e em outros mercados (5%).

O IRB (Re) é uma empresa de resseguros – o “seguro das seguradoras”. Ao assumirem riscos, as seguradoras buscam garantias para honrar seus compromissos em caso de perdas. Por meio de um contrato, o ressegurador assume o compromisso de indenizar a seguradora caso ocorram sinistros. Em troca, recebe parte dos prêmios. O resseguro traz segurança e proteção e ajuda a viabilizar grandes projetos, sendo essencial para o desenvolvimento econômico e social.

**Fonte:** FSB, em 01.06.2023