Estratégia de comunicação se conecta a iniciativas culturais e esportivas apoiadas pela seguradora em diferentes regiões do país





A HDI Seguros dá continuidade à sua estratégia de fortalecimento de marca ao retomar a veiculação de sua campanha de mídia e nos patrocínios aos projetos incentivados neste início de 2026. Sob o mote “HDI Seguros. Certeza que te deixa seguro”, a comunicação reforça o reposicionamento da companhia, enquanto as iniciativas culturais apoiadas – como a Festa Nacional da Uva de Caxias do Sul e o São João de Caruaru, tradicional festa do Nordeste – se conectam com seus novos atributos de marca.

A estratégia da campanha de reposicionamento parte de uma mensagem que destaca praticidade, precisão e capacidade de entrega. Com uma abordagem leve e descontraída, o vídeo publicitário apresenta situações inesperadas do dia a dia, nas quais a HDI mostra como consegue neutralizar o impacto dos imprevistos e reforça seu papel como parceira na proteção e segurança dos clientes.

No primeiro trimestre de 2026, a companhia investe cerca de R$ 2,8 milhões em mídia, com foco em praças estratégicas como São Paulo, Porto Alegre, Curitiba e Salvador. O plano inclui presença out of home (OOH) em shoppings durante o período de férias, além de cinema, rádio e uma frente robusta em digital, com Meta, Google Search, social e influenciadores. A campanha também será veiculada em plataformas de varejo, que se conectam ao consumidor no momento de decisão de compra, especialmente nas categorias Auto e Residência.

“Estamos direcionando nossos investimentos para momentos e ambientes em que conseguimos gerar impacto real na consideração de marca. No primeiro trimestre, concentramos mais de R$ 2,5 milhões em uma estratégia omnichannel que fortalece nossa presença em plataformas relevantes e amplia o alcance em canais de alta afinidade com os segurados. É um movimento estruturado para consolidar o novo momento da HDI e impulsionar nosso portfólio completo”, afirma Daniel Mello, diretor de Transformação do Grupo HDI.

Projetos incentivados apoiados pela HDI Seguros

Em paralelo à campanha de mídia, a HDI amplia sua presença de marca neste início de ano por meio do patrocínio de projetos via Leis de Incentivo que também ajudam a traduzir seu novo posicionamento. Entre os destaques, está a 35ª edição da Festa Nacional da Uva, já em andamento em Caxias do Sul (RS). O patrocínio inédito marca a primeira ação apoiada pela companhia em 2026 e reforça sua conexão com a cultura e as tradições regionais.

Realizada há 95 anos, a Festa Nacional da Uva é um dos eventos mais emblemáticos do Rio Grande do Sul, celebrando a herança da imigração italiana, a vitivinicultura e a cultura da Serra Gaúcha. Durante a programação, a HDI conta com presença institucional, ativações e um estande exclusivo para interação com segurados, corretores, parceiros e o público em geral.

“Os projetos incentivados complementam nossa estratégia de mídia ao fortalecer nossa presença nas comunidades e nas regiões que temos maior atuação. A Festa da Uva, por exemplo, simboliza bem esse movimento: estamos investindo em visibilidade, mas também em relacionamento e conexão local, alinhados à nossa estratégia de longo prazo”, conclui Daniel.

Ao longo do ano, a HDI também estará presente em outras iniciativas culturais e esportivas de grande alcance, como a 15ª Maratona Internacional da Cidade de Florianópolis (Maratona de Floripa), a Meia de Sampa e a Rio S21K.

Fonte: HDI, em 26.02.2026.