

A iniciativa está alinhada à estratégia da companhia de aumentar sua capilaridade e reforçar a presença da marca de Norte a Sul do país



Para estabelecer uma relação ainda mais próxima com os brasileiros e fortalecer sua nova estratégia de marketing, a [Allianz Seguros](#) lança a campanha institucional "Quem tem Allianz está pronto para viver o melhor", estrelada por Fernanda Lima e assinada pela [iD\TBWA](#), agência que une dados, criatividade e inovação para acelerar o crescimento de marcas e negócios. A ação é guiada pelo conceito "Você pronto para viver o melhor" e busca ampliar a percepção sobre o papel do seguro, destacando sua relevância como ferramenta de proteção e planejamento financeiro.

O conceito evidencia o posicionamento da Allianz como uma marca que representa confiança e oferece a tranquilidade necessária para que as pessoas aproveitem os momentos mais importantes da vida sem preocupações. Visualmente, as cenas "congeladas" traduzem aquele sentimento de que, quando algo bom está acontecendo, é como se o tempo parasse. Nesses instantes, a seguradora aparece como essa presença que permite viver tudo com mais segurança.

Fernanda Lima conduz a narrativa de maneira natural, conectando os diferentes cenários que reproduzem situações cotidianas dos brasileiros aos benefícios dos produtos Auto, Residência e Vida, dentro de uma única plataforma criativa. A escolha dela como porta-voz também integra a estratégia criativa desenvolvida pela iD\TBWA. A sua imagem carrega atributos como confiança, credibilidade e proximidade, reforçando o posicionamento da marca.

“Como seguradora, queremos que as pessoas vivam com mais leveza e autenticidade, seguindo seus caminhos com tranquilidade e valorizando aquilo que realmente importa. Nosso propósito é estar cada vez mais presente em seu dia a dia, oferecendo o que o cliente precisa no momento certo, porque, acima de tudo, o nosso negócio é sobre proteção, relacionamento e confiança”, ressalta Maria Clara Ramos, diretora executiva de Transformação, Estratégia e Marketing.

O diretor executivo de Criação da iD\TBWA, Sthefan Ko, conta como foi o processo de criação e desenvolvimento da campanha. “O mercado de seguros ainda fala, sobretudo, a língua do risco e da perda. Preferimos inverter essa lógica e enxergar o seguro como a estrutura que sustenta a vida acontecendo, não apenas quando algo dá errado, mas, principalmente, quando tudo dá certo”, afirma.

Já Naiara Azevedo, diretora de mídia da WPP Media Brasil, explica como o plano de divulgação foi elaborado. “A estratégia de mídia foi desenhada para maximizar a presença em mercados prioritários para a marca, combinando canais de grande alcance a um mix digital robusto, além de construir frequência qualificada”, comenta. Concebida como multiplataforma, a campanha terá uma execução 360, envolvendo mídia e ativos digitais da Allianz.

A iniciativa também está alinhada à estratégia da companhia de expandir e diversificar a presença

da marca de Norte a Sul do país. O investimento em marketing cresceu mais de 30% entre 2024 e 2025 e voltou a avançar em mais de 30% no ciclo de 2025 para 2026. “A Allianz Brasil segue um projeto ambicioso de dobrar o faturamento até 2027, tomando 2023 como base. Para sustentar esse ritmo de crescimento e alcançar os objetivos traçados é fundamental ampliar e diversificar a nossa presença, fortalecendo a marca em diferentes regiões do país, refletindo a dimensão do mercado brasileiro”, finaliza Maria Clara.

Ficha técnica:**Agência: iD\TBWA**

CEO: Camila Costa

Diretor Executivo de Criação: Sthefan Ko

Diretor de Criação: Guga Diehl

Diretor de Criação Associado: Gabriel Silva

Criação: Adriano Brodbeck e Júlia Branco

Diretor Geral de Negócios: Rodrigo Ribeiro

Diretor de Negócios: Zuma Mota

Negócios: Monique Barrios, Fernanda Silva, Taina Silva, Matheus Zanchetta

CSIO: Marco Sinatura

Diretor Geral de Planejamento: Juliana Meirelles

Diretor de Planejamento: André Costa

Supervisora de Planejamento: Ana Fidelis

Direção Geral de Conteúdo: Eduardo Marcondes

Especialista de Conteúdo: Isabella Paes e Mariane Oliveira

Diretor de Influência: Marlon Faria

Gerente de Influência: Yasmin Passos

Produtora de Influência: Juliana Longo

VP de Produção: Patrícia Gaglioni

Produtor/RTVC: Karine Damiani

Cliente: Allianz

CEO: Eduard Folch

CMO: Maria Clara Ramos

Gerente de Marketing Institucional: Thaisa Schenekenberg

Equipe de Marketing Institucional: Lais Neris

Agência: WPP Media

CEO: Carolina Buzetto

Diretor Executivo de Mídia: Isabella Rodrigues

Diretor de Mídia: Naiara Azevedo

Supervisor de Mídia: Mariana Silva

Fonte: Virta/MOTIM, em 12.08.2026