Novo acordo coincide com a licença definitiva da LTI e amplia estratégia para aproximar o seguro auto de milhões de brasileiros

A primeira etapa da parceria entre a Loovi e Neymar Jr. já produziu resultados mensuráveis de alcance: um dos vídeos da campanha superou 28 milhões de visualizações, enquanto outros conteúdos chegaram a milhões de usuários. A empresa decidiu renovar o contrato para transformar essa exposição em uma relação mais contínua com consumidores que ainda não contratam seguro. Com 241 milhões de seguidores no Instagram, Neymar permanece como o brasileiro de maior audiência na plataforma e oferece à companhia alcance nacional em diferentes faixas etárias e regiões. O novo acordo coincide com a homologação da LTI Seguros, seguradora do Grupo Loovi, pela Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Leia aqui na íntegra

Fonte: Revista Fator Brasil, em 03.10.2026