

Com foco em experiência, responsabilidade social e conexão com o esporte, companhia leva ações ao público dentro e fora do torneio

Patrocinadora do Rio Open pelo segundo ano consecutivo, a Zurich Seguros prepara uma série de ativações durante a edição de 2026 do torneio, reforçando o tênis como um território estratégico de sua marca e aprofundando a conexão com o público por meio de experiências, conteúdo e forte presença urbana na cidade do Rio de Janeiro.

O Rio Open 2026 acontece entre os dias 14 e 22 de fevereiro, no Jockey Club Brasileiro, e contará com um line-up de destaque no circuito mundial. O torneio terá nomes como Matteo Berrettini, ex-número seis do mundo e finalista de Wimbledon, e o brasileiro João Fonseca, um dos talentos confirmados para esta edição.

Em ocasião do evento, a Zurich prepara a maior ação de marca já realizada pela companhia na cidade do Rio de Janeiro. Aproveitando a coincidência entre o Rio Open e o período do carnaval, a seguradora terá uma ampla estratégia de mídia, incluindo mídia OOH em aeroportos, envelopamento de VLT e metrô e ações em rádios e com influenciadores, reforçando sua presença em um momento de alta circulação de pessoas.

“A combinação entre o Rio Open e o carnaval cria uma oportunidade única para ampliarmos nossa visibilidade e reforçarmos o posicionamento da Nova Geração de Seguros. É uma estratégia baseada em consistência, planejamento e oportunidade de mercado, conectando nossa marca ao esporte e às soluções que oferecemos para o dia a dia das pessoas”, explica Lucía Sarraceno, diretora de Marketing e Clientes da Zurich Seguros.

Para o público do evento, a companhia levará ativações pensadas para traduzir os valores do esporte e o posicionamento da companhia. Entre as ações previstas estão ativações fotográficas e desafios de tênis, com brindes para os visitantes. Inspiradas no ambiente da quadra, essas experiências colocam o público na perspectiva do jogador, reforçando conceitos como preparo, constância e superação, atributos que dialogam tanto com o tênis quanto com a visão da seguradora sobre construir um futuro melhor.

“O patrocínio pelo segundo ano consecutivo consolida o tênis como um território da nossa marca, conectado aos valores do esporte e ao nosso compromisso social. Durante o Rio Open, vamos trabalhar o mote ‘Orgulho em apoiar o Rio Open e as Novas Jogadas’, unindo o presente do torneio ao futuro que queremos ajudar a construir”, afirma Lucía.

O compromisso social da Zurich também estará presente nas ações do evento. Em parceria com o Instituto Próxima Geração, a companhia promove novamente o Kids Day do Rio Open, levando jovens atletas de Belo Horizonte para vivenciarem o torneio e participarem de atividades na quadra principal com orientadores da ATP.

O apoio ao esporte faz parte da estratégia de marca da Zurich no Brasil e se estende a diferentes modalidades. Além do tênis, a seguradora é a primeira patrocinadora oficial da Confederação Brasileira de Futebol Americano e das seleções brasileiras, apoiando o flag football em sua trajetória rumo aos Jogos Olímpicos de 2028. A companhia também investe em jovens talentos, como Agatha e Tabatha Carvalho, as Irmãs do Tênis, e o skatista Zion, e mantém parcerias com projetos sociais voltados à democratização do acesso ao esporte.

No campo de conteúdo, a Zurich também patrocina o podcast New Balls Please!, apresentado por Fernando Meligeni e Fernando Nardini, ampliando sua presença no diálogo com fãs e praticantes da modalidade.

Ao combinar experiências presenciais no torneio com uma presença urbana robusta e ações de impacto social, a Zurich reforça seu posicionamento de longo prazo no esporte, associando sua

marca a valores como inclusão, responsabilidade social e investimento no futuro. O Rio Open 2026 é mais um capítulo dessa estratégia, que busca ir além da visibilidade e construir vínculos consistentes com a sociedade.

Fonte: Fato Relevante, em 10.02.2026.