

MATRIZ SP GRUPO MAG

Assessoria de Imprensa/
Relacionamento com a Mídia

AGÊNCIA BOUTIQUE

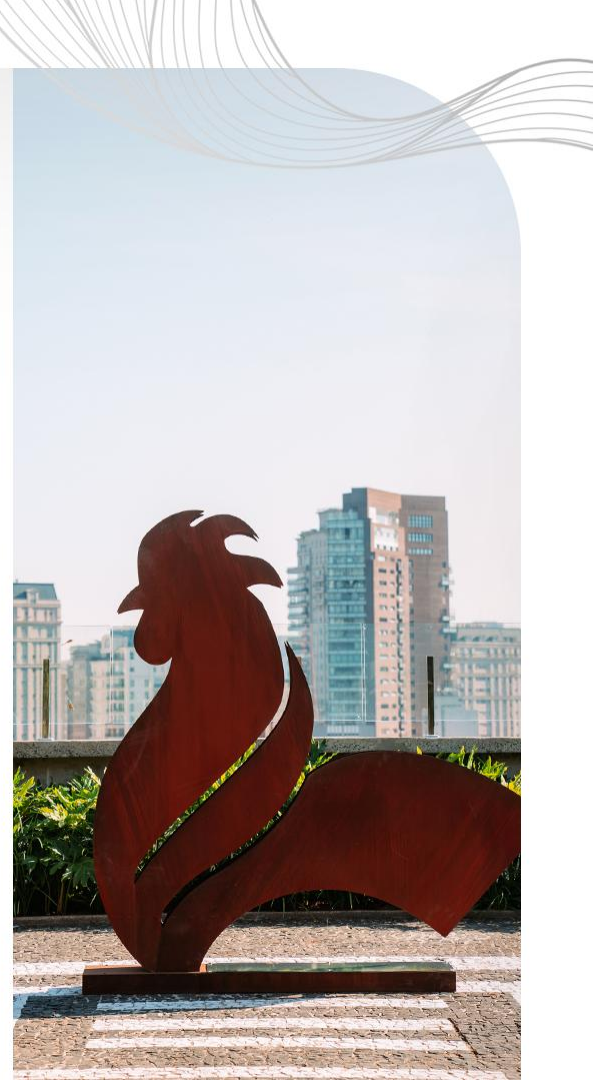
1. CONTEXTO

Em 2025, a MAG Seguros completou 190 anos de história, reforçando sua posição como uma das empresas mais longevas em atividade contínua no Brasil.

Para marcar essa data e projetar o novo momento da companhia, a inauguração da Matriz SP foi planejada não apenas como a abertura de um espaço físico, mas como um movimento estratégico de reputação e relacionamento com formadores de opinião.

Localizada na cobertura de um dos prédios mais conceituados da Faria Lima – centro financeiro de São Paulo –, a nova matriz se consolidou como um marco institucional.

O evento contou com um formato exclusivo que uniu conteúdo e experiência, aproveitando a presença de jornalistas e convidados para fortalecer o posicionamento da MAG como uma marca sólida, inovadora e em expansão.



2. DESAFIO

O desafio da comunicação foi transformar a inauguração em um ativo reputacional e estratégico, com foco em:

- Aproximar a MAG de jornalistas e formadores de opinião, muitos ainda sem contato direto com a marca;
- Reforçar o novo momento da companhia, em seus 190 anos, destacando solidez, inovação e crescimento;
- Conquistar visibilidade de qualidade em veículos nacionais, regionais e segmentados;
- Oferecer uma experiência diferenciada que traduzisse o DNA da empresa;
- Reter a atenção desses jornalistas por algumas horas, algo cada vez mais raro atualmente.

O evento aconteceu no dia 20 de maio. E, toda a estratégia e execução começou no mês de abril.



3. AÇÕES TÁTICAS

A estratégia de comunicação foi desenhada para aproveitar ao máximo a presença dos jornalistas e consolidar relacionamentos institucionais. Para isso, o evento de inauguração foi estruturado em duas partes complementares:

Conteúdo:

Falas breves dos principais executivos da companhia, apresentando o novo momento da MAG em seus 190 anos e reforçando mensagens-chave sobre solidez, inovação e expansão.

Neste momento, aproveitamos para compartilhar dados, números e projeção de futuro da companhia em primeira mão para os convidados.

Experiência:

Inauguração oficial do Café MAG by Le Cordon Bleu, o primeiro espaço do renomado instituto gastronômico dentro de uma empresa no Brasil. Jornalistas e convidados vivenciaram em primeira mão a experiência do café, reforçando a conexão emocional e simbólica com a marca.



4. RESULTADOS



R\$ 3 milhões
em equivalência de marca

Principais veículos: Exame, Neofeed, Valor Econômico, Infomoney, BP Money, Correio Braziliense, Diário de Pernambuco, Sonho Seguro e Revista Apólice.

120^k
PESSOAS
IMPACTADAS

Coletiva de imprensa

29 jornalistas
presentes, 85% adesão

37 **INSERÇÕES NA MÍDIA**
nacional, regional e segmentada
na primeira semana após o
evento

5. PRINCIPAIS VEÍCULOS

A repercussão conquistada comprovou a força da estratégia de comunicação.



- A taxa de comparecimento de cerca de 85%, foi um número positivo para esse tipo de evento.
- 3 jornalistas de outros estados compareceram ao evento: Brasília, Belém e Pernambuco



Link



Link



Link



Link



Link



Link

MAG

6. INVESTIMENTO

A execução do plano de comunicação aconteceu entre 30 de abril e 20 de maio de 2025 e envolveu investimentos em diversas frentes.

Principais ações:

- Organização e produção da coletiva de imprensa;
- Desenvolvimento de press kit e conteúdos exclusivos;
- Estruturação de momentos personalizados para stakeholders internos, parceiros e imprensa;
- Ativações digitais para reforço das mensagens e maior alcance institucional.



7. CONCLUSÃO

Um marco estratégico para reputação, inovação e experiência de marca

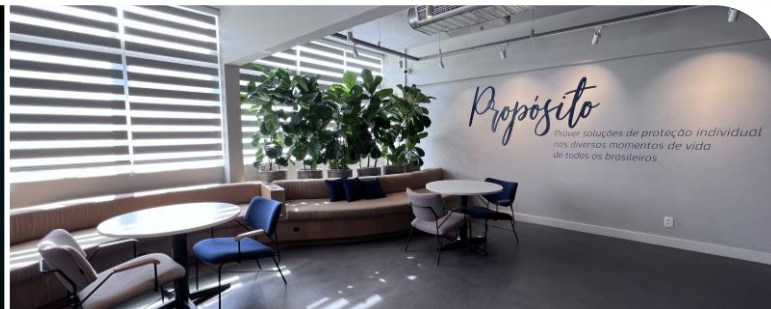


Marco institucional

A inauguração da Matriz SP reforçou a relevância da MAG, tornando-se um evento estratégico nos 190 anos da companhia.

Comunicação estratégica

Coletiva de imprensa e ações planejadas aproximaram jornalistas e formadores de opinião, destacando o novo momento da empresa.



Experiência e inovação

Tradição e inovação foram unidas com a localização na Faria Lima e o Café MAG by Le Cordon Bleu, entregando experiências de alto nível.

Fortalecimento da marca

O lançamento posicionou a MAG como mais sólida e inovadora, ampliando sua presença no mercado e consolidando a reputação institucional.

8. FICHA TÉCNICA

Título: Muito além da inauguração: como o Grupo MAG usou sua nova matriz para se aproximar de formadores de opinião

Agência/Cliente: Grupo Fala / Grupo MAG

Período de veiculação: 30 de abril a 20 de maio de 2025

Responsáveis Grupo Fala:

Cecília Bere - CEO

Thais Bere - co-CEO

Thaina Protta - COO

Osmar Barros - Coordenador

Débora Farias - Atendimento sênior

Lúcio Santo - Atendimento sênior

Responsáveis Grupo MAG:

Helder Molina – CEO do Grupo MAG

Carolina Vieira – Diretora de Parcerias Estratégicas

Leonardo Lourenço – Diretor Estatutário de Marketing,

Comercial, Tecnologia e Operações do Grupo MAG

Renata Rosa – Gerente de Comunicação e Marca

Paulo Cabral - Supervisor de Comunicação Institucional

Caroline Parreiras - Analista de Comunicação Institucional

Victória Spengler - Analista de Comunicação Institucional

Natália Alminhãna – Analista de Comunicação Institucional



O B R I G A D O

MAG