DESPORTOS DE MAR

CADERNO ESPECIAL

PATROCINADORES

RECORDATI

TRANQUILIDADE

WAVE BY WAVE:
o surf pode ajudar a saúde mental

O surf e o mar podem ser um veículo de transformação no que toca à saúde mental e à defesa dos direitos das crianças e jovens – é esta a mensagem que a imagem da Wave by Wave quer transmitir, de forma transversal, às várias gerações. Com a colaboração da agência Partners e da produtora Casper Films, o rebranding do projecto terapêutico, que utiliza o surf como ferramenta de promoção de saúde e bem-estar nas gerações mais novas em risco de exclusão social, pretende alavancar a plataforma já existente e dar voz aos jovens surfistas da Wave by Wave. A técnica desenvolvida pela Wave by Wave – surf therapy, explica a organização, alia os benefícios da prática do surf e do contacto com a natureza a uma intervenção terapêutica em grupo, de forma a promover indicadores como a regulação emocional, a resiliência ou a redução de problemas de comportamento.
A campanha conta com a cara de três elementos da equipa, três jovens integrantes do projecto e três surfistas profissionais – Vasco Ribeiro, Tiago Pires e Francisca Veselko.

EDP OPEN SESSIONS
com aulas abertas ao público

A iniciativa EDP Open Sessions oferece aulas de surf a mais de 200 crianças de instituições de solidariedade social.
A acção pretende proporcionar "uma experiência única e diferenciadora a estes jovens, ajudando-os a quebrar barreiras para enfrentar o futuro", avança a empresa em comunicado.
A iniciativa EDP Open Sessions abriu as aulas de surf ao público que passou pelas praias desta edição e que quis experimentar a modalidade. Houve uma aula por dia e as inscrições puderam ser feitas no local, para o próprio dia ou para o dia seguinte, consoante a disponibilidade e lotação máxima.
Para além das aulas de surf, as crianças tiveram a oportunidade de experimentar uma aula de yoga e de participar em workshops de pintura com João Cardoso, mais conhecido por Cardoz.
O jovem artista de 25 anos já viu o seu trabalho exposto na feira ARCO, em 2018 e 2019.
A EDP marca presença no surf há já 11 anos, oferecendo aulas de surf em várias praias de Portugal e apoiando diversas provas desta modalidade.

GO CHILL
apoia Mariana Rocha Assis

O surf continua a ser o terreno de eleição da Go Chill para comunicar as suas bebidas. Depois de juntar Francisco Alves, Vasco Ribeiro e Jácome Correia no leque de embaixadores da marca, lançou o desafio a Mariana Rocha Assis, reforçando a presença nesta modalidade. Campeã nacional de surf em 2016, Mariana Rocha Assis é descrita como jovem, dinâmica e promissora. Apesar de praticar desportos considerados radicais, "Mariana tem os pés assentes na terra e não abdicou de apostar numa licenciatura em Marketing com vista à sua carreira pós-surf e skate", sublinha a insígnia.

TRANQUILIDADE
é patrocinadora da Federação

A Tranquilidade está ao lado da Federação Portuguesa de Natação (FPN) na época de 2021/2022. Enquanto patrocinadora oficial, a seguradora vai dar nome a provas nacionais nas vertentes competitiva, organizativa e de formação. Este é um reforço da aposta na área do desporto, "sendo relevante tanto para a marca, como para o desenvolvimento da natação portuguesa e sustentabilidade da actividade", sublinha a marca.
As provas com o apoio da Tranquilidade envolvem cerca de 6500 atletas, de áreas como Natação Pura, Águas Abertas, Pólo Aquático, Natação Adaptada, Masters e Natação Artística. Os eventos decorrem em diferentes pontos de Portugal, de norte a sul.

NASCEU O MERCEDES-EQ LOUNGE NA NAZARÉ

O Mercedes-EQ Lounge na Nazaré é um projecto focado na sustentabilidade, uma das actuais prioridades da marca, com uma forte ligação ao oceano e que permite dar continuidade à presença da Mercedes-Benz no surf de grandes ondas. 100% sustentável, o Mercedes-EQ Lounge destina-se não apenas a surfistas, mas também à comunidade, a clientes, fãs e simpatizantes da marca. Neste projecto, reciclar e reutilizar foram palavras de ordem, conceitos sempre presentes em todo o processo de selecção de materiais necessários ao restauro do edifício e à sua decoração. A componente energética concebida para todas as necessidades actuais e futuras privilegia a utilização de energias renováveis. As águas quentes sanitárias são também asseguradas pelos painéis fotovoltaicos. Jorge Aguiar, director de Marketing e Comunicação da marca, sublinha que a energia é armazenada em baterias em fim de vida das primeiras unidades do modelo Classe B 100% eléctrico. O Mercedes-EQ Lounge conta também com quatro postos de carregamento para automóveis eléctricos. O novo espaço tem um carácter multifuncional, que permite receber eventos no interior e no exterior do edifício.

OS VENCEDORES DO PORTUGAL SURF AWARDS

A 12.ª segunda edição dos Portugal Surf Awards coroou os campeões nacionais de surf, Vasco Ribeiro e Francisca Veselko. Vasco Ribeiro conquistou o quinto título nacional da carreira, isolando-se na lista dos surfistas masculinos com mais triunfos no circuito nacional, e "Kika" estreou-se a vencer com idade ainda júnior. Cada um levou para casa dois troféus. Além dos troféus de campeões nacionais, Vasco Ribeiro foi distinguido pela melhor onda do ano, enquanto Francisca Veselko foi a melhor júnior feminina. Por seu turno, Yolanda Hopkins conquistou a melhor onda do ano no feminino. Entre as várias categorias que distinguiram os melhores do ano, destaque para a eleição de Peniche como a melhor etapa do ano, num prémio que foi decidido por voto dos próprios surfistas. Os mesmos surfistas elegeram Halley Batista e Mafalda Lopes para vencedores do troféu Surfers' Surfer. Já o prémio para a maior evolução do ano foi atribuído a Joaquim Chaves, após votação dos media partners da Liga MEO Surf. Menção ainda para o novo prémio que distingue o clube do ano e que foi conquistado pelo Ericeira Surf Clube.

Marca portuguesa cria fato de surf SOLIDÁRIO PARA MULHERES

Depois da roupa de banho e de desporto, a Oiôba aventurou-se no surf ao desenvolver um fato solidário para mulheres. A marca portuguesa quer ajudar as jovens de São Tomé e Príncipe através de donativos para a SOMA – Surfistas Orgulhosas na Mulher d'África: por cada fato vendido, será oferecido outro a esta organização. «Já queríamos fazer algo ligado ao surf, mas, seguindo a génese da marca, teria de ser algo com um propósito forte e este é um propósito que nos deixa muito orgulhosos. A SOMA está a marcar a diferença na vida destas jovens e ficamos felizes por poder contribuir: com este fato, estamos não só a dar visibilidade ao projecto como a dar oportunidade destas crianças entrarem no mar com uma peça única, bonita, que as faça sentirem-se mais confiantes e soltar sorrisos», conta Pedro Sousa, co-fundador e director criativo da Oiôba. A SOMA promove o surf feminino em São Tomé e Príncipe desde Outubro do ano passado.

REJUVENESCER COM sabor a mar

Aprofundar a relação com os consumidores, promover a actividade física e rejuvenescer a percepção junto do público são os principais objectivos da Jaba Recordati ao lançar a sua âncora nas modalidades de vela e surf. No convés leva Guronsan® e Transact®

Volvidos seis anos desde que a Jaba Recordati abraçou o mundo dos desportos náuticos, o balanço só podia ser positivo. A aposta tem dado frutos e os resultados estão à vista, nomeadamente através da visibilidade conquistada com o patrocínio directo da marca Guronsan® a uma embarcação. «Começámos por apoiar uma equipa que competia normalmente na classe de cruzeiros nas principais provas do calendário nacional, o Pede Vento/Guronsan®», recorda Rui Rijo Ferreira, director de Marketing da empresa. Estava escolhida a modalidade que iria impulsionar a associação da Jaba Recordati aos oceanos: a vela.

Desde 2015, a ligação a esta equipa tem vindo a alargar-se, apresentando hoje objectivos um pouco mais abrangentes e, também, um novo projecto com uma nova designação: Pede Mar/Guronsan®. Além das competições habituais, com tripulação completa, a parceria passou a envolver também um circuito para tripulações reduzidas a dois tripulantes. Ou seja, «um veleiro que normalmente é tripulado por equipas entre os seis e 12 tripulantes é, neste circuito em particular, tripulado por apenas dois, aumentando assim o nível de exigência aos dois tripulantes», segundo explica Rui Rijo Ferreira.

Para esta temporada 2021/2022, a tripulação do Pede Mar/ /Guronsan® mostra estar altamente motivada para participar nas várias provas que integram o calendário de regatas, que a Jaba Recordati descreve como muito variado. Estão a ser seleccionadas as provas mais significativas dos circuitos ORC e ANC (os dois tipos de rating mais usados em Portugal), com destaque para o circuito Offshore, onde o Pede Mar/Guronsan® se sagrou vencedor nas duas últimas edições.

Até ao momento, a agenda de 2021 tem sido pautada por participações nas principais provas, incluindo eventos como o Cascais Vela, Troféu Cidade de Almada, Regatas Wintermantel e Walter Brash, regata do Ambiente, entre outros, com tripulação completa. Já com tripulação reduzida, o Pede Mar/Guronsan® venceu o circuito Offshore 2021. Com resultados como estes, a cobertura, principalmente nas redes sociais e nos sites dedicados ao mundo da vela, foi significativa e tem contribuído para o rejuvenescimento da marca Guronsan®, que reforça, através deste patrocínio, valores como espírito de equipa, energia ou resiliência – que são indispensáveis nesta modalidade. "Toda esta envolvência permite-nos dar visibilidade e notoriedade à marca e comunicar nas redes sociais para os nossos actuais e potenciais seguidores", indica a Jaba Recordati, adiantando que, em 2022, Guronsan® terá uma maior presença nos desportos de mar através da participação em diversas regatas, ao contrário do que aconteceu no ano passado.

Com a chegada da pandemia, o clima de incerteza veio abalar as estratégias e os planos das empresas, também na área dos desportos de mar. 2020 foi, por isso, um ano atípico com todos os eventos de vela programados a ficarem suspensos logo a 15 de Março. Também a actividade náutica ficou interdita até meados de Junho, impedindo as equipas de treinar e tornando o calendário para o resto do ano superlotado. Como resultado, as equipas tiveram de fazer opções e escolher determinados eventos em detrimento de outros. Em Setembro de 2020, recomeçava a competição e o Pede Mar/Guronsan® regressou logo à água, ao participar na regata Fernão Mendes Pinto a dois tripulantes e, ainda, na regata do Ambiente em ORC.

Ao apoiar a modalidade de vela, a Jaba Recordati mostra que a marca Guronsan® tem um papel determinante no desenvolvimento de desportos de mar, que são também um cartão-de-visita num país à beira-mar plantado. Além disso, o patrocínio ao Pede Mar/Guronsan® e a provas de velas permite posicionar a insígnia junto de um target mais específico e com maior poder de compra.

NA ONDA DE PEDRO COELHO

Guronsan® não é a única marca através da qual a Jaba Recordati se aventura pelos mares. Ao lado de Pedro Coelho, a empresa marca presença também no surf com a Transact®, que acompanha o atleta em cima da prancha. Segundo a empresa, Pedro Coelho está muito motivado para a nova época, a par do que acontece com o projecto Pede Mar/Guronsan®, e levará Transact® consigo na bagagem para patrocinar a participação no circuito de surf.

Rui Rijo Ferreira sublinha que a Jaba Recordati pretende manter o apoio ao jovem surfista, seguindo de perto o seu crescimento desportivo, ao mesmo tempo que promove o ▶

exercício físico e a actividade ao ar livre com o objectivo de levar cada vez mais pessoas a sair de casa e a investirem no seu bem-estar.

Para que esta mensagem chegue ao maior nível de pessoas, a empresa aposta numa comunicação abrangente. Os consumidores são convidados a acompanhar as activações das marcas nas redes sociais, ou mesmo através da participação activa em alguns eventos desportivos. Ao se identificarem com o posicionamento de Guronsan® ou Transact®, que percepcionam como marcas inovadoras, dinâmicas e modernas, os consumidores envolvem-se nas iniciativas desenvolvidas e mostram vontade de fazer parte.

"O desporto tem vindo a ser um alvo apetecível por parte dos patrocinadores e a Jaba Recordati foi pioneira a identificar esta oportunidade com as marcas Guronsan® e Transact®", sublinha a empresa. Nesse sentido, ao estar presente numa área em expansão, e onde existe uma forte paixão do adepto pela sua equipa, seja em que modalidade for, neste caso na vela ou no surf, o patrocinador acaba por se juntar a uma espécie de "tribo desportiva". Associando-se a um determinado clube/modalidade, a Jaba Recordati sabe que a probabilidade de os seguidores desse mesmo clube/modalidade se vincularem à marca patrocinadora é elevada.

É uma relação que vai sendo construída ao longo do tempo e cujos resultados podem ser medidos nas redes sociais. Segundo a empresa, é mesmo a única forma de analisar objectivamente o retorno que a aposta nos desportos de mar oferece, seja através do número de seguidores ou de impressões, por exemplo, sendo que, no caso de Guronsan®, estes indicadores têm vindo a crescer. Há ainda outro nível de retorno que, embora não seja mensurável, é apresentado pela Jaba Recordati como o maior: a construção de uma marca top of mind, que tem um lugar de destaque na mente do consumidor.

LIGAÇÃO AO CLIENTE

O patrocínio das marcas Guronsan® e Transact® representa um importante vector na ligação da Jaba Recordati ao cliente. Este é, efectivamente, um dos principais pilares da estratégia delineada nesta área, pois é uma oportunidade para divulgar as insígnias e aumentar a respectiva notoriedade.

No que à marca Guronsan® diz respeito, a prestação do veleiro tem sido comunicada nas redes sociais, através da disponibilização de vídeos e imagens que pretendem transportar os seguidores para a experiência de fazer uma regata. Quanto a Transact®, a actividade física faz parte do ADN da marca e, por isso, há uma associação permanente em toda a comunicação.

A empresa considera que o patrocínio desportivo, no geral, está ligado à activação de marca e ao papel do consumidor, sendo o objectivo rentabilizar, "retirando o máximo proveito desta actividade e conseguir construir uma ligação emocional, de maior confiança e fidelidade com os consumidores". Desta forma, o papel do consumidor afigura-se também importante no modo como este percepciona as marcas nestas associações com o desporto e no seu processo de compra, "pois o consumidor cada vez tem mais poder de decisão".

Neste sentido, a Jaba Recordati quer continuar a apoiar o surfista Pedro Coelho e dinamizar o projecto Pede Mar/Guronsan®, mas está também a equacionar outro tipo de parcerias e colaborações, nomeadamente com uma equipa de topo de vela ligeira, «procurando chegar assim a um público maioritariamente mais jovem e mais radical», segundo explica o director de Marketing.

MENÇÕES LEGAIS

GURONSAN® Medicamento indicado para: tratamento sintomático das astenias funcionais; intoxicações endógenas e exógenas (tabagismo, etilismo); intolerâncias medicamentosas; anorexias. Não utilizar em caso de alergia à substância activa ou a qualquer um dos excipientes. Contém 570 mg de sódio por comprimido, equivalente a 28,5% da dose diária máxima recomendada pela OMS para o sódio. Pode provocar insónias. Medicamento não sujeito a receita médica. Ler cuidadosamente as informações constantes do acondicionamento secundário e do folheto informativo e, em caso de dúvida ou persistência dos sintomas, consultar o médico ou farmacêutico.

TRANSACT LAT® (flurbiprofeno) Medicamento não sujeito a receita médica, indicado no tratamento sintomático das situações de inflamação musculoesquelética localizada. Deve ser interrompido aos primeiros sinais de rash, lesões mucosas ou outras manifestações de hipersensibilidade. Ler cuidadosamente as informações constantes do acondicionamento secundário e do folheto informativo e, em caso de dúvida ou de persistência dos sintomas, consultar o seu médico ou farmacêutico. Jaba Recordati, S.A. Av. Jacques Delors, Ed. Inovação 1.2, Piso 0 – Taguspark, 2740-122 Porto Salvo, Tel. 214 329 500, Fax: 219 151 930, www.jaba-recordati.pt, NIF 500492867.

Oferta Especial

SPA I NUTRIÇÃO I FISIOTERAPIA

AULAS DE GRUPO I PERSONAL TRAINER I PLANT-BASED DIET

Consigo em todos os momentos

ONE LIFE. LIVE IT WELL.

HOLMES PLACE

PREMIUM FITNESS CLUBS

TRANQUILIDADE POR MARES JÁ ANTES navegados

Promover um estilo de vida activo e saudável, contribuindo para o bem-estar na vida dos clientes, é o mote da Tranquilidade na associação à vela e à natação

A associação da Tranquilidade aos desportos de mar assenta na linha estratégica do Grupo Generali de apoio à prática desportiva. Pretende, desta forma, apoiar uma cultura desportiva participativa e demonstrar a responsabilidade da marca em promover a adopção de um estilo de vida activo e saudável, contribuindo para um maior bem-estar da sociedade. «A estratégia passa por apoiar desportos onde haja participação activa da comunidade e onde o Grupo Generali tem tradição», conta Maria João Silva, directora de Marketing da Tranquilidade.

Os desportos de mar têm sido apoiados pelo grupo ao longo de vários anos. A título de exemplo, há mais de 40 anos que o Grupo Generali apoia a regata Barcolana – uma das maiores regatas de veleiros do mundo, realizada todos os anos em Trieste, a sede do Grupo Generali – como parceira apresentadora e patrocinadora. «Velejar apela à união de grupo, de espírito de equipa e é uma ferramenta poderosa de trabalho em equipa, onde cada membro tem o seu papel», acrescenta o mesmo responsável.

RELAÇÃO COM O MAR

No âmbito da sua associação aos desportos de mar, a Tranquilidade estabeleceu uma nova parceria com a Federação Portuguesa de Natação. A empresa será naming sponsor das provas nacionais na época de 2021/22 nas disciplinas de Natação Livre de Águas Abertas, ou seja, provas efectuadas em mar aberto, para além do suporte a outras disciplinas de água como a Natação Pura, Pólo Aquático, Natação Adaptada, Masters e Natação Artística.

Ainda nos desportos de mar, a Tranquilidade patrocina a Associação Naval de Lisboa, apoiando a vela e continuando a tradição no apoio a este desporto.

Na perspectiva da Tranquilidade, ambos os desportos estão bem lançados em Portugal, tendo presença regular, nacional e internacional, com equipas portuguesas a trazerem prémios para o País.

«Obviamente que este apoio, quer à Federação Portuguesa de Natação, quer à Associação Naval de Lisboa, permite-nos uma forte exposição de imagem de marca, sobretudo ao nível de visibilidade», acrescenta a mesma responsável.

Para além disso, estando num grupo internacional como a Generali, onde a vela é um desporto de destaque, permite à Tranquilidade ser uma extensão dos valores que a ligam a este desporto, como a igualdade de género, com a participação de equipas mistas e multifacetadas.

«Os desportos marítimos têm sido tradicionalmente mais praticados pelos homens. Para mitigar esse estereótipo, o grupo lançou o Generali – Troféu feminino para a primeira equipa mista a ser guiada com uma mulher no leme», sublinha.

A aposta na vela tem também uma componente que estimula outro aspecto que a marca muito valoriza, o ser Parceiro para a Vida dos seus clientes e parceiros. A Tranquilidade tem desenvolvido várias acções neste sentido, convidando os seus colaboradores, parceiros e clientes para participarem nas regatas, promovendo, desta forma, valores importantes como a cooperação, a colaboração e o sentido de pertença a uma equipa, proporcionando uma experiência inesquecível para todos os que participam.

Para comunicar o apoio da marca aos desportos de mar, junto dos diversos públicos, a Tranquilidade baseia-se num plano de dinamização essencialmente digital, mas também em publicidade no exterior, com o foco na própria activação de marca ao longo das actividades. Mais concretamente com a Federação Portuguesa de Natação (FPN), a divulgação passa, também, por forte comunicação em redes sociais e newsletters da FPN, numa comunicação mais orientada para os seus associados.

O retorno para a Tranquilidade passa evidentemente pela visibilidade da marca junto dos atletas e familiares, mas também do público em geral adepto destas modalidades. «Estas activações de marca despertam sensações e sentimentos, o que ajuda também a gerar fidelização e satisfação à marca», assegura a mesma responsável.

«É, também, importante salientar que a FPN está focada em rumar a Paris em 2024, para os Jogos Olímpicos. Neste sentido, o desporto português e a natação em particular muito têm a ganhar com esta parceria com a Tranquilidade e o retorno de visibilidade será muito positivo», assegura.

Daí que não seja de estranhar que, para 2022, a Tranquilidade continuará como naming sponsor de algumas provas da FPN e apoiará a Associação Naval de Lisboa. Neste momento, os responsáveis estão ainda a fechar o plano para 2022, mas certo é que querem continuar a crescer no apoio à prática desportiva e, em particular, aos desportos de mar.

Até porque a marca reconhece que esta estratégia reforça a imagem da Tranquilidade ligada à prática desportiva e à responsabilidade da marca em promover e adoptar um estilo de vida activo e saudável, mobilizando a comunidade onde se insere. Além disso, como já referido, outro valor que sai reforçado é o da igualdade de género.

CALENDÁRIO DESPORTIVO

A estratégia de patrocínios na área dos desportos de mar ficou suspensa durante os últimos dois anos, uma vez que as restrições à prática desportiva e à actividade física não permitiram a realização de regatas, nem de competições das diversas modalidades de natação. Nesse contexto, todos os calendários e eventos desportivos foram suspensos e/ou cancelados. No entanto, a Tranquilidade está confiante na sua aposta neste desporto e em poder continuar a "crescer" nas modalidades.

DESPORTO EM SEGURANÇA

Nos últimos anos, as pessoas têm-se associado, cada vez mais, à prática desportiva e à adopção de um estilo de vida saudável. Desta forma, cresce a necessidade de ter uma protecção na prática da mesma, quer seja para amadores ou federados.

Neste sentido, a Tranquilidade tem o seguro de Actividades Desportivas (Move It) no âmbito dos seguros de Acidentes Pessoais, que garante a protecção da prática de desporto em segurança. Com protecção extra face aos seguros obrigatórios que as Federações proporcionam aos seus atletas e uma maior segurança para quem pratica actividades desportivas como amador, este seguro tem um valor de apenas 25 euros por ano. A Tranquilidade tem também o seguro de Embarcações de Recreio, que garante a protecção de barcos a motor e/ou à vela, motas de água, jet ski e overcrafts, bem como dos seus ocupantes. Existe um alargamento das garantias base do seguro à participação em regatas.

TRANQUILIDADE 150 1871-2021

grupo GENERALI

APENAS 25€ POR ANO

SEGURO ATIVIDADES DESPORTIVAS

- Proteção além dos seguros das Federações
- Maior segurança para quem faz desporto amador
- Indemnização em caso de morte ou invalidez permanente
- Despesas de tratamento incluídas
- Assistência válida em todo o mundo

tranquilidade.pt

Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.
Tranquilidade é uma marca da Generali Seguros S.A.