

Sexta-Feira, 10 de Abril de 2026

Nubank adquire naming rights do estádio do Palmeiras; nome será escolhido pela torcida

SAIBA DETALHES

ge

A WTorre firmou, nesta sexta-feira (10), um acordo com o banco digital Nubank para a aquisição dos naming rights do estádio do Palmeiras.

Naming rights (direito de nome, em português) é uma estratégia em que uma marca adquire o direito de dar nome a um espaço para ampliar visibilidade e associação com o público.

Com isso, a arena — conhecida como Allianz Parque nos últimos 13 anos — passará por uma mudança de nome, que será definido por meio de votação popular.

O contrato terá vigência até 2044, período durante o qual a WTorre mantém os direitos de exploração do estádio. Após esse prazo, a gestão e o controle da arena passam integralmente ao Palmeiras.

Embora não tenha participado da negociação, o clube segue com direito a uma fatia das receitas geradas, atualmente fixada em 15%.

No mês passado, o banco digital passou a deter os naming rights do estádio do Inter Miami, nos Estados Unidos. Já dois meses antes, o Nubank havia se tornado patrocinador oficial da equipe de Fórmula 1 Mercedes-AMG Petronas.

“Vivemos um momento único. Hoje, o Nubank atende a mais de 113 milhões de pessoas e é a maior instituição financeira privada no Brasil em número de clientes. Levar nossa marca para um espaço esportivo e cultural dessa relevância reafirma nosso compromisso com o país onde tudo começou e nos aproxima ainda mais das paixões dos brasileiros”, disse Livia Chanes, CEO do Nubank Brasil, em nota.

“Assumir este palco físico é o reflexo da nossa evolução. Queremos trazer o ‘jeito Nubank’ para dentro da arena, garantindo que o fã seja o verdadeiro protagonista deste novo capítulo.”

Segundo a WTorre, a arena encerrou 2025 como o principal palco de shows da América do Sul, com 33 eventos do tipo que reuniram 1,1 milhão de espectadores.

Em mais de 10 anos de operação, o espaço recebeu 17,7 milhões de pessoas em 2.339 eventos — sendo 8,6 milhões em jogos e 8,1 milhões em shows —, mais de 400 deles com mais de 40 mil espectadores.

Torcida vai eleger novo nome

Em meio ao anúncio, o Nubank lançou uma campanha para definir o novo nome da arena do Palmeiras, convidando o público a participar diretamente da escolha ([clique aqui](#)).

Por meio de uma plataforma online, os participantes podem votar em uma das três opções disponíveis: **Nubank Parque**, **Nubank Arena** e **Parque Nubank**.

Cada voto é vinculado ao CPF, e os nomes escolhidos ainda passarão por aprovação antes de serem exibidos. A ação também prevê um limite de participações.

Além da votação, a proposta é destacar o nome dos participantes na arena antes mesmo da definição oficial. Segundo o banco digital, a revelação do nome vencedor ocorrerá no início de maio.

Allianz encerra naming rights após 13 anos

Mais cedo, a Allianz Brasil, até então detentora dos direitos, anunciou o encerramento antecipado do contrato de naming rights do Allianz Parque, após 13 anos de parceria com a WTorre.

A decisão, segundo a companhia, foi tomada em comum acordo e faz parte de uma estratégia mais ampla de reposicionamento da Allianz no Brasil, com foco na expansão nacional e no fortalecimento da marca em diferentes regiões e canais.

A meta da empresa é dobrar o tamanho da operação brasileira, além de duplicar o faturamento e triplicar o lucro até 2027. Em 2025, a Allianz Brasil registrou receita de cerca de R\$ 12 bilhões, o que representa um crescimento de 23% em relação ao ano anterior.

Em comunicado, o CEO Eduard Folch destacou que a decisão reflete o momento de expansão da companhia. Segundo ele, o encerramento do contrato com o estádio abre espaço para ações mais amplas e próximas do público em todo o país.