

Comunicado de imprensa

Jul 24, 2025 | Identificação: 351980

Volvo Car Brasil apresenta nova estrutura de agências e relacionamento com a imprensa

A partir de julho, a operação brasileira da marca contará com a agência Casulo Colab como parceira para apoiar time de marketing interno, liderado por Mirella Cambrea

A Volvo Car Brasil passa a contar com uma nova configuração relacionada às agências que oferecem suporte ao time de marketing da companhia no país. A partir do mês de julho, a agência Casulo Colab, que já era responsável pela parte de experiência em território nacional, passa a concentrar a estratégia de conteúdo, marketing de influência, relacionamento com a imprensa e redes sociais da operação brasileira da marca sueca.

A Grey e a Initiative, detentoras de contratos globais, seguem como parceiras estratégicas fundamentais da operação no Brasil. A Grey permanece responsável por toda a estratégia de marca e desenvolvimento de campanhas publicitárias, enquanto a Initiative conduz integralmente a estratégia, planejamento e compra de mídia, garantindo a execução otimizada dos investimentos em comunicação da marca no mercado brasileiro.

Mirella Cambrea, diretora de marketing da Volvo Car Brasil, explica a mudança. “Entendemos que a comunicação está cada vez mais conectada. Precisamos que a estratégia de redes sociais, esteja conectada com a produção de conteúdo, com o racional por trás do time de embaixadores e com a assessoria de imprensa, de forma integrada. Considerando tudo isso, acreditamos que concentrar tudo isso em um mesmo fornecedor seja a melhor alternativa”, garante Mirella.

Para este novo momento, a estrutura da Casulo Colab também passou por mudanças. A agência, liderada pelos sócios Gabriel Wardill e Paulo Raia, é a responsável pelo marketing de experiência da Volvo Car Brasil desde 2014 e aceitou o desafio, precisando assim ir ao mercado para dobrar o tamanho da equipe.

Pedro Yoshida, com passagens por agências como Talent, Publicis e WMcCann, chega para ser o novo diretor de atendimento da Casulo Colab. Ao seu lado, contará com Natália Mazzi, que já está na agência desde 2021, como líder da área de marketing de influência; Elaine Dantas, que também já fazia parte da estrutura, segue à frente do time de produção; Baptiste Demay, passa a liderar o núcleo de conteúdo e redes sociais; enquanto Leonardo Murgel, que exercia a função de coordenador de comunicação no antigo fornecedor, junta-se à nova estrutura com o mesmo papel.

Os dois sócios da Casulo Colab mostram-se bastante empolgados com o novo desafio e ressaltam a confiança da Mirella Cambrea e do time da Volvo Car Brasil, como o ponto crucial para este novo momento da agência.

“Temos uma relação muito próxima com a Volvo. São mais de dez anos que eu e o Paulinho (Raia) trabalhamos juntos com eles, então temos um histórico bastante extenso, mas tenho falado bastante com os novos integrantes da agência que o que mais queremos são novas ideias, cabeças frescas... afinal, temos uma expertise muito grande na produção de eventos e experiências, mas temos desafios ainda maiores pela frente. Estamos muito honrados de todo o time da Volvo Car Brasil ter acreditado no potencial da Casulo Colab”, afirma Gabriel Wardill.

“Nosso objetivo neste novo momento, é oferecer um trabalho ainda mais integrado não apenas para a Volvo Car Brasil, mas também para os seguidores da marca nas redes sociais, ou através dos embaixadores e influenciadores que produzem conteúdo com os modelos Volvo. Para os jornalistas e veículos de comunicação, que amplificam e fazem com que as informações cheguem a mais pessoas. Vamos trabalhar unidos para entregar tudo isso”, complementa Paulo Raia, sócio da Casulo Colab.

Sobre a Volvo Car Brasil - A Volvo conta com seis modelos em seu portfólio no Brasil: os elétricos EX30, EX40, EC40 e EX90, além dos icônicos híbridos XC60 e XC90. O EX30, SUV elétrico compacto, é o modelo mais acessível da marca sueca, atualmente, surgiu para mudar padrões. Além de carregar todos os padrões de requinte, tecnologia, sustentabilidade e segurança da montadora, amplia a presença da fabricante para segmentos mais volumosos. Com preços competitivos, é a nova porta de entrada para clientes acessarem o universo premium e elétrico.

Em 2024, a empresa encerrou com 8.682 veículos emplacados, que representa uma estabilidade frente ao ano anterior, mantendo a marca de 17% de share de emplacamentos no segmento premium.

Lançado em maio do ano passado, o Volvo EX30 teve 2.748 emplacamentos, sendo o veículo premium totalmente elétrico mais vendido do país, representando 82,5% das vendas de elétricos no mercado Premium onde atua.

Outro grande ícone da marca, o Volvo XC60, segue liderando as vendas de híbridos na categoria Premium, com 3.287 veículos emplacados em 2024, representando mais de 29,1% das vendas na categoria.

A Volvo é, ainda, a empresa que mais investe em eletrificação no país, com um investimento superior a R\$70 milhões. Atualmente, já são mais de 60 eletropostos em funcionamento nas rodovias das cinco regiões do Brasil.

Palavras-chave:

Corporate News, Press Releases

Descrições e fatos neste material de imprensa relacionam-se com as especificações globais dos modelos da Volvo Cars. Recursos descritos podem ser opcionais. As especificações do veículo podem variar de um país para outro e podem ser alteradas sem notificação prévia.

Contatos de Imprensa

Beatriz Andrade da Conceição

Volvo Cars

Telefone: 11 93931-7003

Móvel: assessoria.imprensa@volvocars.com.br

beatriz@casulocolab.com

Leonardo Murgel

Telefone: 11 99441-7534

Móvel: assessoria.imprensa@volvocars.com

leonardomurgel@casulocolab.com

Imagens relacionadas



[Mais imagens >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (ou seus afiliados ou licenciadores).