



Quem joga dorme tarde.

Seis meses de presença dentro da comunidade que vive de madrugada, com a Black Friday no meio do caminho e a marca chegando apresentada por quem o público já escuta.

Proposta de parceria · 6 meses · Euro Colchões x INTZ · 2026 · Pentacampeã do CBLOL · +30 milhões de pessoas por mês

Quem é a INTZ

A INTZ é legado.

Uma das organizações mais tradicionais e vitoriosas do esports brasileiro, ativa desde 2014. Pentacampeã do CBLOL e a maior vencedora da história da liga, com times competindo, criadores produzindo e uma torcida que acompanha a casa todo dia.



5×

campeã do CBLOL

+70

títulos em 15 modalidades
desde 2014

1,1^{mi}

de espectadores simultâneos
no pico

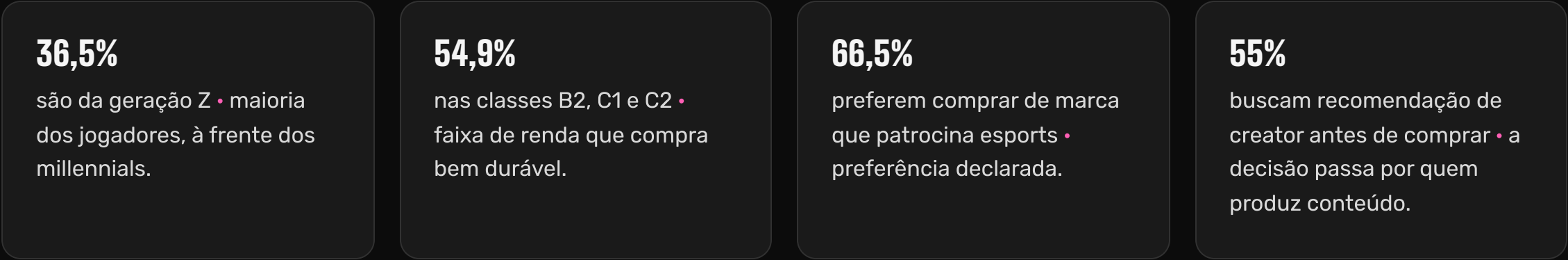
+30^{mi}

de pessoas alcançadas
por mês

O mercado

Três em cada quatro brasileiros **jogam.**

75,3% dos brasileiros jogam, e esse público deixou de ser nicho há muito tempo.



Para a Euro Colchões: colchão se escolhe testando ao vivo, e a compra fecha na loja. O trabalho da INTZ é fazer essa pessoa chegar na loja de vocês com a marca já decidida, porque a preferência se constrói antes, no conteúdo e na rotina dessa comunidade.

FONTE • Pesquisa Game Brasil 2026, 13ª edição, 7.115 respondentes de 16 a 55 anos, campo em março de 2026.



Quem executa

O squad que leva a Euro Colchões ao público

Carisma que segura audiência, autoridade de quem compete no mais alto nível e presença diária nos canais da casa.

Os criadores

Um hub de cerca de 300 criadores mapeados, do gaming ao lifestyle, acionado por casting a cada ativação.

Os atletas

Elenco acompanhado partida a partida, com Micão, tetracampeão do CBLOL, como referência de credibilidade da casa.

As lines

League of Legends, Free Fire e Rainbow Six, diante dos maiores públicos do esports brasileiro.

O que a INTZ entrega

Aqui a marca chega apresentada por gente

A INTZ produz conteúdo todos os dias, com times competindo, criadores produzindo e uma comunidade que acompanha a casa. Quando uma marca entra por aqui, ela chega pela voz de quem o público já escolheu escutar.

Novembro e dezembro concentram o maior volume de mensagem comercial do ano. É quando a recomendação de alguém em quem se confia passa a valer mais.

51% dos brasileiros acham que o excesso de promoções atrapalha saber o que vale a pena, e **84%** conferem se o desconto é real antes de comprar.

FONTE · Google com instituto Offerwise, 2.000 entrevistados de 18 anos ou mais, campo em outubro de 2025.





O público

Nessa idade, a escolha **já é deles**

A audiência da INTZ tem **82,4% entre 18 e 34 anos**. É a faixa em que a pessoa escolhe o próprio quarto, o próprio setup e o próprio descanso, esteja ela montando a primeira casa ou ainda dividindo o teto com a família.

Colchão é escolha pessoal. Quem dorme decide, mesmo quando o pagamento vem de outra mão.

Essa é a faixa que mais troca

Dado do setor: a faixa de 25 a 34 anos renova o colchão com maior frequência, em intervalos de cerca de três anos e meio.

FONTE · IEMI Inteligência de Mercado, amostra de 1.200 consumidores acima de 18 anos, classes A a E, cobertura nacional.

O território

Sono é assunto diário de quem joga

Quem joga dorme tarde. O calendário empurra o horário: campeonato que termina de madrugada, live que entra pela noite, e o fim de semana que inverte tudo. Descanso é assunto que circula sozinho nessa comunidade.

O horário da comunidade	A madrugada é o horário nobre de quem joga, e dormir tarde é piada corrente entre os criadores e a torcida.
A ponta profissional	Estudo com atletas registrou 6,8 horas medianas de sono e hora de dormir por volta das 3h43.
Precedente fora do Brasil	A Emma assinou como parceira oficial de sono do Schalke 04, e a Casper fez o mesmo com a Fnatic.
O espaço aberto aqui	A categoria colchão segue sem presença construída no esports brasileiro.

Para a Euro Colchões: o repertório técnico de sono já está do lado de vocês. O que entra pelo nosso lado é o público que vive o assunto todo dia, com a conversa em atenção, disposição e rotina.

FONTE · International Journal of Environmental Research and Public Health, 2021, estudo com 17 atletas profissionais.

O caminho

Três estágios, e a casa está **nos três**

A INTZ acompanha a marca do primeiro contato até a hora da escolha. O volume vem da máquina de conteúdo, que roda o ano inteiro, com as competições sustentando a lealdade do público.

01

Conhecer

O squad da casa apresenta a Euro Colchões e aproxima a marca de quem ainda não a conhece.

02

Reconhecer

A marca passa a fazer parte do dia a dia, nos conteúdos e na presença da casa ao longo dos seis meses.

03

Converter

Quando essa pessoa pensar em colchão, a Euro Colchões já é a marca que vem à cabeça.

Para a Euro Colchões: a troca de colchão aparece meses depois de qualquer campanha. Os seis meses são o tempo que temos juntos para deixar a marca conhecida e querida antes da hora em que essa pessoa precisa escolher.

Conhecer

A máquina de conteúdo roda o ano inteiro

A INTZ tem o squad completo: carisma que segura audiência, autoridade de quem compete no mais alto nível e presença diária nos canais da casa. As competições são o motor emocional, de onde vêm o amor à camisa e a lealdade da torcida.



Conteúdo semanal

- cadência fixa nos seis meses, com o hub de cerca de 300 criadores.

Posts e stories da casa

- a marca dentro do conteúdo que a torcida acompanha por amor e lealdade, e é daí que vem o engajamento.

Com os atletas

- elenco acompanhado partida a partida, com Micão como referência de credibilidade.

Dias de campeonato

- a marca junto da torcida, no online e no presencial.

Datas do calendário

- cada data planejada com carinho, com os patrocinadores dentro dela, junto com o time de vocês.

+30 milhões

- de pessoas alcançadas por mês, somando canais próprios e rede de criadores.

Para a Euro Colchões: a marca entra na rotina da casa e alcança gente nova todo mês, apresentada por quem essa comunidade escolheu acompanhar.



Reconhecer

Conteúdo que conecta

Descoberta vira preferência quando a marca passa a fazer parte de alguma coisa boa. É esse o trabalho da casa: vincular a Euro Colchões às emoções que essa comunidade já vive.

Quadros dedicados

Formatos próprios no YouTube e no TikTok, com identidade e recorrência.

O quarto do streamer

O produto na rotina de quem o público acompanha todo dia.

Reviews e descanso

A impressão real depois de semanas de uso, no tom em que essa audiência acredita.

Stories e bastidor

O dia a dia da casa, com a marca aparecendo sem interromper nada.

Para a Euro Colchões: a marca passa a ser parte do que a comunidade acompanha por vontade própria, e esse vínculo é o que sustenta a preferência na hora da escolha.

Converter

Perto na hora de **decidir**

Nos últimos meses da temporada, a comunidade é convidada a conhecer a Euro Colchões de perto, com o produto em uso, as lojas entrando no roteiro de conteúdo e as vozes da INTZ ao lado do time de vocês.



Diária de conteúdo nas lojas

- uma diária por mês em loja indicada pela Euro em São Paulo, com equipe e creators da INTZ gravando conteúdo para os canais da casa e para os de vocês.

Live shop

- criadores da INTZ ao vivo com o produto, junto do time de vocês, construindo a conversa a quatro mãos.

Cupom da INTZ

- código que circula nos canais como convite da comunidade, com desconto e regras definidos por vocês.

Conteúdo para tráfego

- todas as peças da parceria liberadas para a Euro Colchões usar como criativo, com autorização prevista.

Para a Euro Colchões: o portfólio aparece em uso e em contexto, e a própria loja entra no roteiro como cenário de conteúdo. Quando chega a hora de escolher, a marca já é conhecida.



Hive Assets

Um showroom onde a marca é usada dormindo

Dentro da holding existe o Hive Assets, com studios de locação por curta temporada em ponto bem localizado, recebendo jogadores, viajantes e pessoas a trabalho.

Product placement

Dois studios, dois colchões individuais em uso real por quem se hospeda, sem cenário montado.

Tailor made

Luminoso da marca instalado no studio, presente em toda foto e todo vídeo feito ali.

Experiência completa

O hóspede dorme, acorda e forma opinião, que é o que decide compra nessa categoria.

Para a Euro Colchões: um showroom que funciona sem vendedor e sem logística reversa, no formato de teste real que a categoria exige.

Alcance

MAIS DE

30 MILHÕES

de pessoas por mês, somando os canais próprios da INTZ e a rede de criadores que trabalha com a casa, apurado mês a mês.

Autoridade

Pentacampeã do CBLOL, mais de 70 títulos em 15 modalidades, ativa desde 2014. É essa autoridade que acompanha a Euro Colchões durante os seis meses.

Público fiel e qualificado

82,4% da audiência tem entre 18 e 34 anos, gente adulta que acompanha os criadores e os atletas por vontade própria.

Comunidade e voz ativa

A casa fala e a comunidade responde, comenta e leva adiante. É a diferença entre alcance e conversa.

Para a Euro Colchões: seis meses seguidos de presença, com a Black Friday e o Natal no meio do caminho e a virada do ano logo em seguida, quando muita gente muda de casa, monta o primeiro quarto ou finalmente troca o colchão que já passou da hora.

Investimento

Duas frentes, **dois contratos**

INTZ • CONTEÚDO E COMUNIDADE

R\$ 35.000 por mês • 6 meses

- Conteúdo semanal nos canais da INTZ e dos criadores
- Quadros dedicados no YouTube e no TikTok
- Live shop com criadores da casa
- Stories, reviews e bastidor com o produto em uso
- O quarto do streamer
- Transmissões dos campeonatos e dias de jogo
- Diária mensal de conteúdo em loja indicada pela Euro
- Cupom da INTZ e conteúdo liberado para tráfego
- Relatório mensal de entregas

HIVE ASSETS • SHOWROOM

R\$ 10.000 por mês • 6 meses

- **Product placement no studio** • o produto no ambiente, em uso real por quem se hospeda
- **Tailor made** • luminoso da marca instalado no espaço, em toda foto feita ali
- **Studio bem localizado** • locação por curta temporada para jogadores, viajantes e pessoas a trabalho

Contratos independentes, com escopo e faturamento separados.

Calendário

Os seis meses, **mês a mês**

SET Entrada dos produtos, montagem do espaço e primeiro conteúdo de chegada	OUT Rotina no ar, primeiras provas de uso e construção de repertório	NOV Black Friday, com a marca já conhecida e a comunidade engajada	DEZ Presente de fim de ano e o quarto novo como pauta	JAN Mudança, primeira casa e volta às aulas	FEV Consolidação e desenho da fase seguinte
---	--	--	---	---	---

Para a Euro Colchões: a Black Friday é atendida por uma operação que já está rodando há dois meses, com a marca conhecida e a comunidade familiarizada.

Próximo passo

Chegar em novembro com a marca conhecida

Alinhamento do escopo e do calendário para começar ainda em setembro, a tempo de chegar na Black Friday com a operação rodando.

Falar com a INTZ no WhatsApp

Baixar em PDF