

Reforçando o seu apoio ao setor da cultura em Portugal  
**Fidelidade patrocina exposição de Clara Azevedo  
que retrata um ano de pandemia em Portugal**

*A exposição "365 dias que mudaram as nossas vidas" estará patente  
na Galeria Santa Maria Maior, em Lisboa, entre 14 de abril e 7 de maio, com entrada livre*

**Lisboa, 13 de abril de 2022** – A Fidelidade é o mecenas principal da exposição "365 dias que mudaram as nossas vidas" – um projeto da autoria da fotógrafa Clara Azevedo que retrata um ano de pandemia em Portugal.

Apresentando-se como um diário fotográfico e uma narrativa visual de um ano de pandemia em Portugal, "365 dias que mudaram as nossas vidas" é um projeto iniciado em março de 2020 e concretizado pela autora no final de 2021 com a publicação em livro, pela Imprensa Nacional-Casa da Moeda (INCM), e com prefácio do Primeiro-Ministro António Costa.

A associação da Fidelidade decorre no âmbito do seu Programa de Responsabilidade Social, sendo uma das medidas o apoio ao setor da cultura, promovendo também uma maior aproximação da população à cultura e à arte.

A exposição "365 dias que mudaram as nossas vidas" estará patente na Galeria Santa Maria Maior, em Lisboa entre 14 de abril e 7 de maio, com entrada livre.

#### **Sobre a Fidelidade**

Fundada em 1808, a Fidelidade é a seguradora líder de mercado em Portugal, nos ramos vida e não vida, com uma quota de 28% em 2020, estando presente em Angola, Cabo Verde, Moçambique, Espanha, França, Macau, Perú, Bolívia, Paraguai e Chile. A agência de notação Fitch classificou a Fidelidade com a avaliação ('rating') "A stable (IFS)" e "A -stable (IDR)", notação das mais elevadas no panorama empresarial nacional, destacando a elevada capitalização da Companhia, nomeadamente, o rácio de solvência e a solidez da sua carteira de investimentos.

Com 2,3 milhões de clientes em Portugal e mais de 7 milhões em todo o mundo, a Fidelidade conduz a sua atividade com uma estratégia de "Customer Centric Approach" e, através de uma rede de distribuição e canais de elevada dimensão e capilaridade, garante aos consumidores, uma experiência integrada e personalizada, independentemente do canal utilizado.

A Fidelidade é guiada por valores que a definem desde sempre: experiência, inovação, superação e proximidade e, já este ano, foi reeleita Escolha do Consumidor na categoria de "Seguradoras", "Marca de Confiança" e Seguradora mais Reputada em Portugal.

Apoiar o desenvolvimento e a construção de uma sociedade sustentável é parte essencial da sua política de Responsabilidade Social, que é consubstanciada no Programa Fidelidade Comunidade, que distingue entidades

que trabalham nas áreas do envelhecimento, prevenção em saúde e inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade.

[www.fidelidade.pt](http://www.fidelidade.pt)