

Reforçando o seu posicionamento como marca inovadora

Fidelidade é a seguradora oficial do Vodafone Paredes de Coura

Para maior aproximação ao público mais jovem, Companhia volta a marcar presença no Vodafone Paredes de Coura.

Lisboa, 10 de agosto de 2022. A Fidelidade volta a marcar presença em mais uma edição do festival Vodafone Paredes de Coura, como seguradora oficial.

Reforçando o seu posicionamento junto das gerações mais novas, com a assinatura **#AMúsicaNãoPara**, a Fidelidade vai convidar os festivaleiros para, entre 16 e 20 de agosto, visitarem o seu stand no recinto do Vodafone Paredes de Coura.

Para Sérgio Carvalho, Diretor de Marketing da Fidelidade, “A presença da Fidelidade no VPDC ‘o habitat natural da música’ decorre da estratégia de inovação, sustentabilidade e aproximação da marca ao público jovem, a quem pretendemos proporcionar uma experiência única com a marca”.

A presença da Fidelidade no Vodafone Paredes de Coura ficará marcada pela ativação de ações da marca no recinto e nas margens do rio Coura, sob o tema Fidelidade PETS, com o objetivo de promover o contacto direto com o público e também através de ações de ativação no stand, que vão envolver embaixadores da marca, como a Isabel Silva, clientes, colaboradores e rede de mediadores da Companhia.

Apostando também no digital, a Fidelidade vai ainda desenvolver uma forte campanha de ativação da marca nas redes sociais ao longo dos dias do festival, para partilhar com toda a comunidade os momentos e as experiências vividas no Vodafone Paredes de Coura.

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