

## Comunicação da seguradora reconhecida com 5 prémios Fidelidade ganha quatro ouros nos Prémios Eficácia

Lisboa, 29 de novembro de 2022 – A excelência na comunicação da Fidelidade foi distinguida na edição de 2022 dos Prémios Eficácia, promovidos pela APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes.

Na 18ª edição do prémio dedicado a reconhecer a eficácia das campanhas de comunicação em Portugal, a Fidelidade foi uma das duas empresas mais premiadas ao obter quatro ouros, nas categorias Serviços Financeiros e Seguros, Ativação e Patrocínios, Low Budget e Commerce & Shopper:

- Serviços Financeiros e Seguros: com a campanha Fidelidade Pets, promovida pela Mindshare/ComOn/Caetsu;
- Ativação e Patrocínios: com a campanha Fidelidade Pets;
- Low Budget: com a campanha Fidelidade Start, promovida pela Caetsu;
- Commerce & Shopper: com a campanha Fidelidade Pets

A seguradora líder em Portugal conquistou ainda um prémio bronze, na categoria Serviços Financeiros e Seguros, com a campanha Fidelidade Start, promovida pela Caetsu.

Para Sérgio Carvalho, Diretor de Marketing da Fidelidade “Receber cinco prémios nos Prémios Eficácia é um motivo de grande orgulho para a Fidelidade. Por outro lado, é o reconhecimento do grande trabalho que esta equipa está a fazer, e uma confirmação da certeza da estratégia de reforço da marca Fidelidade e do seu novo posicionamento – Fidelidade a Todas as Idades – para a proteção sustentável de toda a população, em qualquer idade”.

Os Prémios Eficácia são os únicos galardões em Portugal que se centram e premeiam o trabalho conjunto dos anunciantes e das suas agências tendo como base a eficácia medida e comprovada das suas campanhas de comunicação.

### **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 29,1% em 2021, obtendo um crescimento global dos prémios em 38% para 4.917 milhões de euros, e uma melhoria do resultado líquido para 270 milhões de euros, com um acréscimo de 21,6% face a 2020. A Fidelidade obteve ainda um crescimento assinalável dos prémios do negócio Vida Financeiro em 107%, bem como do negócio internacional em cerca de 20%, proveniente de operações espalhadas por 12 países e quatro continentes.

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)