

Reforçando a aposta na Longevidade

Fidelidade lança experiência digital que convida cada pessoa a imaginar-se aos 100 anos

Lisboa, 15 de junho de 2026 – A Fidelidade acaba de lançar o Longevity AI, uma experiência digital que recorre à Inteligência Artificial e que permite a cada utilizador acompanhar a sua jornada de vida até aos 100 anos através de imagens, de uma narrativa personalizada e de um vídeo final onde se pode ver e ouvir no futuro.

Num contexto em que a esperança média de vida tem vindo a aumentar, mas em que a reflexão sobre o envelhecimento continua frequentemente adiada, o Longevity AI surge com o objetivo de tornar a longevidade mais concreta, tangível e próxima do dia a dia das pessoas. A experiência parte de uma questão simples: como queremos viver mais tarde? E convida cada pessoa a refletir sobre a forma como as escolhas de hoje podem influenciar o futuro.

Com base em respostas relacionadas com hábitos, rotinas e estilos de vida, cada utilizador acompanha a sua viagem de vida até aos 100 anos através de imagens, narrativa e de um vídeo final onde se pode ver e ouvir com cem anos de idade. O projeto combina dados, tecnologia e storytelling para criar uma experiência imersiva.

Sob o conceito “Imaginar-se aos 100 anos começa agora”, o projeto procura estimular uma reflexão sobre o percurso de vida de cada pessoa e sobre como as decisões do presente moldam o futuro.

Para Mafalda Honório, Head of Longevity Marketing da Fidelidade, “É difícil prepararmos-nos para um futuro que não conseguimos imaginar e Longevity AI nasce precisamente da vontade de tornar esse futuro mais real. Quando conseguimos ver-nos e ouvir-nos aos 100 anos, a longevidade deixa de ser uma ideia abstrata e passa a ser algo com o qual nos conseguimos relacionar. E é muitas vezes nesse momento que começamos a refletir sobre a forma como vivemos hoje e sobre o futuro que queremos construir”.

Desenvolvido em parceria com a COMON e a Darkmatter, o Longevity AI integra a estratégia da Fidelidade de valorização da longevidade enquanto um dos grandes temas estruturais da sociedade. Mais do que uma tendência, a longevidade representa uma transformação social com impacto na forma como as pessoas vivem, cuidam da sua saúde e planeiam o futuro.

A experiência já se encontra disponível ao público através da plataforma digital dedicada: [Longevity AI by Fidelidade](#)

Para mais informações:

André Vaz Canário | andre.vaz.canario@fidelidade.pt | 919 230 961

Inês dos Santos | ines.dossantos@h-advisors.global | 93 973 31 02

Liliana Silva | Liliana.silva@h-advisors.global | 93 974 31 11

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 mercado de 30,2% em 2024. A Fidelidade está presente em 14 países, em 4 continentes, e apresentou em 2024 um crescimento global dos prémios de 18,5%, para 6.1 mil milhões de euros.

A agência de notação Standard & Poor's (S&P) classifica a Fidelidade com a avaliação ('rating') "A (ICR)" e "A (FSR)" com outlook estável, fundamentando a atribuição da classificação com a diversificação geográfica do grupo, capitalização sólida, qualidade e equilíbrio do portefólio de negócios e o desempenho financeiro consistente. A agência de notação Fitch classifica a Fidelidade com a avaliação ('rating') "A+ (IFS)" e "A (IDR)" com outlook estável, uma das notações mais elevadas no panorama empresarial nacional, destacando de forma positiva o perfil muito sólido da empresa, a robustez da sua capitalização, o forte desempenho financeiro, a rentabilidade, bem como o menor risco do portefólio de investimentos da Fidelidade.

Com 2,4 milhões de clientes em Portugal e mais de 9,8 milhões em todo o mundo, a Fidelidade conduz a sua atividade através de uma abordagem "Customer Centric", recorrendo a uma rede de distribuição e canais de elevada dimensão e capilaridade, que 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.

Com a sustentabilidade no core do seu negócio e a visão de preparar o futuro, a Fidelidade assume o compromisso em ser um promotor de mudança de comportamentos na sociedade, consciencializando para o papel e impacto de todas as pessoas na adoção de comportamentos mais sustentáveis. Esta atuação materializa-se também numa política de Responsabilidade Social, consubstanciada no Programa Fidelidade Comunidade, através do qual o Grupo Fidelidade contribui para o fortalecimento do setor social, focado nas áreas do envelhecimento, prevenção em saúde e inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade.

www.fidelidade.pt