



Construir o futuro, hoje

Para além da prevenir o bem-estar dos seus clientes, a Ageas Seguros está com eles no dia-a-dia, associando-se a actividades pedagógicas, culturais, artísticas e desportivas, um claro sinal de que a seguradora, com o foco na inovação, actua no presente a pensar no futuro

Diariamente, nas mais variadas situações, nos discursos de políticos, nas intervenções de empresários, empreendedores ou cidadãos comuns, a palavra inovação está na ordem do dia e este é o conceito do momento.

Hoje a inovação, enquanto exploração com sucesso de novas ideias, é essencial à manutenção e criação de emprego de qualidade, ao sucesso de negócios, ao desenvolvimento de melhores serviços e produtos e, não menos importante, à criação de novos processos ambientalmente mais sustentáveis e à melhoria generalizada da qualidade de vida. Capaz de gerar vantagens competitivas a médio e longo prazo, inovar torna-se essencial para a sustentabilidade das empresas e dos países, hoje e no futuro.

Consciente dessa realidade, a Ageas Seguros coloca a inovação no centro da sua estratégia, ancorada em pilares basilares como prevenção e protecção, procurando, activamente, dar voz a novas ideias capazes de aperfeiçoar processos e produtos, para proteger a vida de clientes e colaboradores, fornecedores e a sociedade em geral.

Uma abordagem disruptiva na estratégia da marca

A celebrar o segundo aniversário em Portugal (após a aquisição da AXA Portugal pelo Grupo Ageas detentor das marcas Médicis, Ocidental e Seguro Directo), a Ageas Seguros faz um flashback do que tem sido o seu percurso e implementação no mercado. Com a promessa de marca “Um mundo para proteger o seu” e uma abordagem disruptiva, a seguradora procura, através de uma estética visual diferenciadora, proporcionar uma experiência de seguros emocional e significativa na vida das pessoas.

A imagem colorida traduz o espírito inovador com que se pretende demarcar da concorrência e o foco na personalização da oferta aos clientes através da sua rede comercial. A aposta mais recente passa pela remodelação das suas lojas de norte a sul do País com o objectivo de criar uma imagem única dos espaços comerciais Ageas Seguros para receber os seus clientes.

A marca tem uma estratégia de comunicação publicitária robusta e criativa, que coloca no centro da acção a relação de proximidade entre mediador e cliente, porque “a vida está cheia de imprevistos que nem imaginamos”. Este é o mote das campanhas de media, e que narram situações/impre-



vistos do dia-a-dia, e nos quais o mediador Ageas Seguros está presente para proteger o cliente. Rui Unas é a imagem da marca, colocando-se na pele do cliente. Ana Guiomar é a voz que narra as histórias, e Nuno Távora, o mediador.

A Ageas Seguros é ainda reconhecida pelo mercado e clientes que, pela segunda vez consecutiva, ganhou o prémio Cinco Estrelas, obtendo a sua melhor avaliação na característica “Mediador de Seguros como interlocutor privilegiado entre a Ageas Seguros e o Cliente”. A marca aposta ainda numa estratégia de patrocínios focada em três eixos chave baseados no contributo para a sociedade, jovens talentos e bem estar: desporto, cultura e prevenção.

Uma aposta socialmente segura no desporto português

Existem evidências globais que revelam que os programas desportivos, direccionados para segmentos específicos da população, têm o potencial de promover a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida, a aprendizagem e o desempenho racional, a igualdade de género, aumento da inclusão de pessoas com deficiência, a construção de competências que promovam o emprego e o desenvolvimento económico-social.

É neste enquadramento, e com esta base de actividade, que a Ageas Seguros se posi-





Entrega de cheque à Associação, pela Organização, Ageas Seguros e outros patrocinadores



ciona no desporto português. A seguradora voltou a ser a patrocinadora oficial da Corrida Sempre Mulher, uma iniciativa que se realizou no passado dia 15 de Abril nos Restauradores, em Lisboa, pretendendo sensibilizar os portugueses para a prevenção do cancro da mama e para a promoção de um estilo de vida saudável. O total do valor angariado foi de 79.596 euros, tendo sido doado à Associação Portuguesa de Apoio à Mulher com cancro da mama, que se dedica ao diagnóstico precoce em oncologia, em especial na mulher.

O Portugal Rugby Youth Festival, que se realizou nos dias 7 e 8 de Abril, no Estádio Universitário de Lisboa, representou o início do apoio da Ageas Seguros ao mundo do Rugby. Seguindo-se a nova parceria da Seguradora com a Federação Portuguesa de Rugby através do projeto juvenil “De Lobinhos a Lobos”. Esta iniciativa tem como objectivo primordial a formação e desenvolvimento dos mais jovens atletas com foco nos valores da modalidade. Valores esses que foram o principal motivo desta aposta, pois coincidem com os da própria marca: respeito, disciplina, espírito de equipa e esforço.

Ainda no desporto, a Ageas Seguros iniciou um apoio tático no mundo do golfe, através da parceria com a Academia de Golfe de Lisboa durante um ano, e continuará a apoiar o Open Padel na Póvoa do Varzim, que irá ocorrer entre 31 de Agosto e 2 de Setembro.

A prevenção como prioridade da Ageas Seguros

O Hospital da Bonecada é uma iniciativa pioneira da Associação de Estudantes da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Nova de Lisboa, que decorreu no Centro Comercial Colombo entre os dias 21 e 29 de Abril, com o objectivo de erradicar o “sín-

drome da bata branca” de forma divertida e pedagógica. Outra vertente desta aposta centra-se numa Ageas Seguros mais próxima de pais e filhos, aliado à componente pedagógica. Um patrocínio que aproxima a marca dos mais novos, oferecendo, paralelamente, uma perspectiva de confiança e segurança aos pais, que reforça o posicionamento da marca no target das famílias. Ao longo do ano, a Comissão Organizadora do Hospital da Bonecada promove acções junto de escolas e hospitais, contando com o apoio da Ageas Seguros.

Sendo os mais novos uma preocupação presente, a marca seguradora marcará presença no “Lumiar - Cidade das Crianças”, um evento que irá ocorrer no final de Maio, organizado pela Junta de Freguesia do Lumiar, e que visa promover a sensibilização cívica junto da população escolar, com várias componentes: segurança rodoviária, educação ambiental, protecção civil, alimentação saudável, entre outras.

Assinalando o Dia Mundial da Criança, a Ageas Seguros será a “seguradora” do evento, em que mais de 7.500 crianças irão aprender que um automóvel necessita do seguro, entre outras regras de segurança e prevenção. Nas praias portuguesas, a seguradora, juntamente com os seus parceiros, irá reforçar a presença através da imagem nos carros do Instituto de Socorros Náufragos.

O Apoio às Artes e Cultura no ADN das marcas do Grupo Ageas Portugal

O Grupo Ageas Portugal tem apostado fortemente na Cultura e Artes como eixo estratégico de posicionamento de marca, aliando objectivos de notoriedade a um forte contributo para o desenvolvimento da sociedade, especificamente neste campo.

São várias as parcerias que têm sido estabelecidas nesse sentido: a Casa da Música para o lançamento do “Prémio Novos Talentos Ageas” – que culminou no dia 5 de Maio com um grande Concerto Ageas –, ou a presença activa em festivais de música e de artes de referência nacional (ex. Festival das Artes de Coimbra e Festival de Marvão). A Ageas Seguros mostra-se, assim, em constante busca de novas oportunidades, para que possa reforçar ainda mais esta aposta e marcar a diferença no mercado.

Recentemente, o Grupo Ageas Portugal estabeleceu uma importante parceria com o Coliseu Porto, que entre várias outras vertentes, adquire o nome “Coliseu Porto Ageas”. ▀