

# EXISTE UMA NOVA MÉDIS QUE PENSOU EM SI!



*“Há uma nova forma de pensar a saúde e uma nova Médís que pensou em tudo. E tudo é um Serviço Pessoal de Saúde”*

21 ANOS DEPOIS DO SEU LANÇAMENTO A MÉDIS, seguradora do Grupo Ageas Portugal, apresenta-se ao mercado com uma identidade refrescada, baseada na realidade atual, mas virada para o futuro, sempre a pensar nas necessidades dos seus Clientes.

Desde o início que a marca é pioneira e sinónimo de experiência, proximidade e inovação em Portugal. Sabendo que a saúde é diferente de pessoa para pessoa, a Médís criou um verdadeiro Serviço Pessoal de Saúde, onde o Cliente e a Saúde são vistos como um só. Um sistema integrado que está verdadeiramente ao serviço de cada pessoa, disponibilizando Médicos Assistentes Médís escolhidos pelo Cliente, Enfermeiros disponíveis 24 horas por dia, todos os dias do ano, através da Linha Médís ou uma app que guarda todo o historial de consultas. O acesso aos reembolsos é feito de forma rápida e intuitiva, com informações sobre o seguro e um novo cartão Médís no telemóvel. A Médís está em todos os canais, quando e sempre que for preciso.

Com a clara visão de que a saúde é diferente de pessoa, a Médís adapta as suas propostas a cada Cliente e a cada fase da sua vida, numa mutação constante que faz uso da tecnologia de forma humanizada e adequada a cada um.

A nova identidade da marca está enquadrada na ambição e estratégia da Médís, de liderar, de estar ainda mais próxima e acessível, sendo pioneira em novas soluções e serviços, assente em parcerias fortes e, essencialmente, em ser o parceiro de saúde dos Clientes, conforme refere Eduardo Consigliere Pedroso, CEO da Médís.

## A IDENTIDADE DE ONTEM TRANSFORMADA PARA OS DIAS DE AMANHÃ

O dia 4 de maio marcou o momento de viragem e de lançamento da nova marca no mercado, com a apresentação a Colaboradores e Parceiros, em Lisboa, no Encontro Médís 2018.

O Time Out Lisboa coloriu-se com as novas cores Médís e recebeu centenas de convidados para dar a conhecer a nova identidade visual da marca, materiais de comunicação e campanha de media.

O racional foi fácil de explicar à plateia, pois tal como cada um de nós vai mudando a sua relação com a saúde ao longo da vida, também a Médís acompanha e, em muitos casos, antecipa essa mudança.

Em duas décadas, a Médís conseguiu marcar o seu lugar na vida dos portugueses, graças à sua proposta de valor e ao sucesso da sua marca. Focada no futuro, os novos desafios exigem uma nova ambição e também uma nova imagem.

Para o CEO da Médís, “a nossa marca tem de representar-nos de forma fiel, correspondendo e espelhando os valores, os desafios e as necessidades atuais. Queremos ser o parceiro de confiança nas decisões de saúde dos nossos Clientes, com interações personalizadas e simples no acesso a cuidados médicos de referência, impulsionadas por soluções digitais. Queremos convidar os nossos Clientes a terem uma participação e relação ativa e diária connosco, tornando real e visível a gestão da sua saúde. Vamos continuar a assegurar uma relação equilibrada com prestadores e aumentar o alinhamento para prestação de cuidados de saúde eficientes. E vamos, sem dúvida, consolidar o nosso compromisso para com a sociedade, apostando em soluções de saúde preventivas, contribuindo para uma sociedade mais saudável e com mais qualidade de vida. Não somos apenas uma Médís, somos tantas quantos os nossos Clientes.”



EDUARDO CONSIGLIERI PEDROSO,  
Comissão Executiva  
Grupo Ageas Portugal e CEO Médís



A nova marca é composta por formas que representam a base do movimento e rodam à volta de um eixo vertical. Esta rotação aproxima a figura da cruz, que representa saúde, à figura humana, que representa cada pessoa. Uma Médís que envolve, que se molda e se ajusta, num equilíbrio permanente entre estes dois elementos. As cores oficiais mantêm-se o verde e azul, cores da categoria que reforçam a identidade da marca: segura e confiável.



## A SAÚDE E O RUNNING de mãos dadas através da Médis

Na sequência do seu posicionamento e dando continuidade à sua política de patrocínios, a Médis tem vindo a desafiar os runners nacionais com a *Corrida Médis Marginal Douro* e a *Corrida da Linha Médis Cascais*. Seguindo a tendência de mais de 1,5 milhões de portugueses, a Médis rendeu-se ao Running, uma modalidade desportiva que atrai todas as faixas etárias e geografias, e pressupõe um espírito de conquista e superação, valores com os quais a marca se identifica e que fazem parte do ADN da Médis desde a sua constituição.

O apoio da Médis inscreve-se na estratégia da Companhia em contribuir para a dinamização desportiva em Portugal, apostando em iniciativas que não só possibilitam aumentar o reconhecimento da marca como aliar-se a eventos que sensibilizam para a importância do exercício físico. Porque os desafios são cada vez maiores, importa continuar a marcar a diferença. O compromisso da Médis expresso no posicionamento e na assinatura “Faz bem à Saúde”, passa, para além da dimensão curativa, pela participação ativa na prevenção e na promoção de hábitos de vida saudáveis, projetando os valores da marca ligados à saúde e ao bem-estar. Falar no futuro é “Pensar Saúde”, promovendo a prevenção, motivando os Clientes a envolverem-se e a participar ativamente na sua própria monitorização e obtenção de melhores níveis de saúde.

## MÉDIS NAS PRAIAS DO ALGARVE com campanha de sensibilização

Neste verão, a Médis esteve junto dos portugueses com uma campanha de sensibilização alusiva aos riscos causados pelo sol. No âmbito do seu recente rebranding, a Médis deu continuidade à sua estratégia de proximidade com os portugueses, apostando em ações de saúde preventivas e que contribuem para uma sociedade mais saudável e com mais qualidade de vida.

“Sombra de Verão” foi o mote da campanha que decorreu no passado mês de agosto e que contemplou um total de cinco ações realizadas em cinco praias do Algarve.

A proteção e o bem-estar são as maiores preocupações para a Médis. Com o sol e as temperaturas a subir, a Médis tornou o dia de praia das famílias portuguesas especial com a oferta de chapéus de sol e sacos de praia da marca. Adicionalmente, uma equipa de promotores Médis dirigiu-se ao areal, surpreendendo miúdos e graúdos com a entrega de maçãs frescas e pulseiras indicadoras de raios UV, para tornar o dia de praia mais protegido.



Sob o mote “Há uma nova forma de pensar a Saúde”, o objetivo da campanha foi posicionar a Médis enquanto Serviço Pessoal de Saúde de cada Cliente, reforçando algumas das características essenciais da marca, como a proximidade, a modernidade, a tecnologia, a expertise, o futuro e o foco permanente no Cliente.

*“Um símbolo que gera maior empatia, comunicação mais envolvente, informação de vanguarda, que vai de encontro às necessidades associadas a seguros de saúde, símbolo completo e focado na saúde.”*



Os resultados pós-rebranding não podiam ser mais positivos, com a marca a vencer duas importantes distinções no mercado: a Superbrands, um estudo independente e certificado que premeia e promove as marcas que se distinguem por um estatuto de excelência, e o Marktest Reputation Index, em que a Médis foi considerada a marca de seguros de saúde mais reputada no mercado nacional.