

'Seguros, Previdência Privada e Saúde. Pra tudo e pra todos'. É com esse mote que a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), com apoio das federações associadas FenSeg, FenaPrevi e FenaSaúde, lança sua campanha institucional na tv, rádios, mídias sociais e mídia offline. A campanha casa com a chegada do novo presidente e com a mudança estratégica da Confederação de mostrar à sociedade que o seguro pode ser acessível e adequado a diversos perfis.

A estimativa é que a ação impacte mais de 57 milhões de brasileiros, considerando o plano de mídia abrangente que inclui TVs aberta e fechada, rádios, mídias sociais, redes de pesquisa e display, mídias Out of Home (OOH) no metrô das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, além do aeroporto de Brasília. Também terá um [hot site](#) com diversos conteúdos informativos e depoimentos de usuários de todo tipo de seguros disponível no mercado.

“A campanha que estamos lançando marca um novo momento da CNseg, um momento que queremos reforçar a imagem de um setor relevante para economia brasileira, uma indústria que devolve à sociedade, por ano, mais de R\$ 300 bilhões em indenizações, benefícios e resgates de seguros de vida, rural, saúde, carro, proteção contra inadimplência e tantos outros, além de empregar mais de 250 mil pessoas de forma direta e indireta. A sociedade terá oportunidade de entender um pouco mais os nossos produtos e serviços”, explica o presidente da Confederação, Dyogo Oliveira.

De maneira sensível e reflexiva, a Campanha vai durar três meses e vai ressaltar a importância do brasileiro de contar com produtos como previdência privada, seguro de vida e residencial, além de plano de saúde, no planejamento financeiro pessoal e familiar.

“O setor se une em uma comunicação integrada, convergente e que fale de diversos segmentos. Quando falamos de educação em seguro, falamos também de cidadania, abordando questões relevantes como mutualidade, cuidados com a saúde, proteção da família e do próximo, e até de bens. Como uma entidade que representa nacionalmente o setor, temos o compromisso em reafirmar esses valores essenciais”, destaca Alexandre Nogueira, diretor de Marketing da Bradesco Seguros e presidente da Comissão de Comunicação e Marketing da CNseg (CCM).

A campanha foi desenvolvida pela agência de publicidade Repense e reúne uma série de peças que contextualizam o uso dos tipos de seguro em um universo lúdico. Nas peças são traçados paralelos entre as brincadeiras e os estilos de vida pessoal e profissional de cada pessoa. O plano de mídia envolve uma estratégia robusta de comunicação: foram produzidos filmes de 45”, 30” e 15”, ‘card’ para redes sociais, spot para rádios, peças para OOH (out of home).

[>> Clique aqui para acessar o site da campanha](#)

Fonte: CNseg, em 30.08.2022