

**Aeroporto de Congonhas vai receber animação em led e o aeroporto de Brasília painel de 46m<sup>2</sup> para impactar mais de 3,1 milhões de pessoas**

*Mock up da ativação da campanha “Seguros. Pra Tudo e Pra Todos” no aeroporto de Congonhas (SP)*

O aeroporto de Congonhas, em São Paulo, inaugura a segunda fase da campanha institucional da CNseg, a Confederação Nacional das Seguradoras. Intitulada “Seguros. Pra Tudo e Pra Todos”, as peças publicitárias têm como foco despertar na sociedade a relevância do seguro no dia a dia e instigar o público, por meio de mídia de alto impacto, a buscar produtos e serviços do setor segurador que trazem proteção, segurança, tranquilidade e bem-estar.

Quem estiver em Congonhas verá uma animação de 10 segundos, em três faces de leds do famoso túnel de desembarque do terminal. A campanha também estará no aeroporto de Brasília com um painel de 46m<sup>2</sup> fixado junto às escadas de acesso à área das esteiras de retirada de bagagem.

Além de Congonhas, Facebook, Instagram e Youtube serão inundados durante o Carnaval e pelos próximos três meses por ações que incluem vídeos e posts sobre seguros, reforçando a importância dos produtos oferecidos pelo setor, como seguros para carro, residência, vida, renda, previdência privada, capitalização e tantos outros.

Desenvolvida pela agência de publicidade Repense, a ação nos aeroportos deve impactar mais de 3,1 milhões de pessoas. Já a iniciativa completa está estimada em mais de 78 milhões de pessoas até abril de 2023.

Segundo Carla Simões, Superintendente Executiva de Comunicação e Marketing da CNseg, a diversificação da campanha “Seguros. Pra Tudo e Pra Todos” reforça a estratégia da entidade, Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi) e Federação Nacional de Capitalização (FenaCap) de mostrar à sociedade a relevância do setor e seus produtos.

“Nosso objetivo é prestar serviço, educar e informar a população que o seguro é superimportante e acessível para garantir proteção e planejamento financeiro”, complementou Carla. A nova fase da

campanha, que inclui iniciativas em diversos canais digitais, terá também ações no Spotify, Google e Rádio BTN.

“O desafio de educar a população e desmitificar os produtos de seguros é constante e não está resumido a esta iniciativa de marketing. A campanha é o pontapé inicial de uma nova fase da CNseg cuja bandeira é democratizar o acesso a este mercado relevante que responde por 6,5% do PIB brasileiro. Colhemos bons resultados em 2022 e, justamente por isso, vamos estender e sustentar a campanha por mais tempo. Essa estratégia vem aliada à uma comunicação integrada, 360 graus, que passa por eventos, road shows e relacionamento com imprensa”, finaliza a executiva.

### **Sobre a Campanha**

Lançada em agosto de 2022 sob o mote “Seguros, Previdência Privada, Saúde e Capitalização. Pra Tudo e Pra Todos”, a campanha institucional da CNseg foi veiculada em TVs, rádios, redes sociais e mídia offline.

No ano passado, as ações da campanha resultaram em mais de 188 milhões de impactos. Ou seja, foram mais de 188 milhões de vezes em que a campanha foi visualizada nos diferentes canais nos quais foi veiculada. Cada visualização da campanha, seja em TV, mídia social, mobiliário urbano, aeroporto ou pesquisa do Google, conta como um impacto.

O público pode conferir todos os conteúdos informativos e depoimentos com histórias reais no hot site da campanha.

### **Sobre a CNseg**

A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) congrega as empresas que compõem o setor, reunidas em suas quatro Federações (FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap). A missão primordial da CNseg é contribuir para o desenvolvimento do sistema de seguros privados, representar suas associadas e disseminar a cultura do seguro, concorrendo para o progresso do país. Acompanhe as novidades sobre o trabalho da CNseg no portal da Confederação, Facebook, LinkedIn, Instagram e Youtube. Você também pode receber as nossas notícias pelo WhatsApp.

**Fonte:** Hill + Knowlton Brasil, em 20.02.2023