

Bradesco Vida e Previdência é reconhecida como “Seguradora de Vida” e Bradesco Saúde vence na categoria “Campanha de Marketing”

O Grupo Bradesco Seguros recebeu dois reconhecimentos na 50ª edição dos Destaques 2025/2026, promovida pelo Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ). A Bradesco Vida e Previdência foi reconhecida na categoria “Seguradora de Vida”, enquanto a Bradesco Saúde venceu na categoria “Campanha de Marketing”.

Conhecida como o tradicional Oscar do Seguro, a premiação reconhece empresas, instituições e personalidades que se destacaram nos segmentos de Vida, Saúde, Previdência e Capitalização.

A cerimônia de entrega dos prêmios foi realizada em 1º de outubro, no Salão Assyrio, do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, e reuniu lideranças, executivos e representantes do mercado segurador. O prêmio de “Seguradora de Vida” foi recebido por Estevão Scripilliti, diretor da Bradesco Vida e Previdência, que representou a companhia na cerimônia.

“É uma satisfação representar a Bradesco Vida e Previdência em uma premiação tão importante para o mercado. Esse reconhecimento reforça o trabalho que temos desenvolvido para ampliar a cultura de proteção e acompanhar as novas necessidades dos clientes”, afirma Scripilliti.

Para Bernardo Castello, diretor-presidente da Bradesco Vida e Previdência, o reconhecimento reforça a atuação da companhia no segmento.

“Esse reconhecimento reforça nosso compromisso com a evolução do seguro de vida e com a ampliação da cultura de proteção no país”, afirma Castello.

Na categoria “Campanha de Marketing”, a Bradesco Saúde foi reconhecida pela campanha protagonizada pelo ator Tony Ramos, que marcou seu retorno à publicidade. A ação estabeleceu uma conexão entre a trajetória do ator e atributos associados à marca, como credibilidade, segurança e confiança. Tony Ramos também é cliente da Bradesco Saúde há mais de 35 anos. Carla Zavarize, Gerente Sênior de Marketing, foi a responsável por representar o time na premiação.

Para Ana Claudia Frighetto Gonzalez, Superintendente Sênior de Marketing do Grupo Bradesco Seguros, o reconhecimento destaca a importância de uma comunicação capaz de criar conexão com o público.

Fonte: Approach, em 06.10.2026