

9/12/2017

60 milhões de euros

## PRIO garante mais poupança no abastecimento

A PRIO, marca 100% portuguesa de combustíveis, tem uma nova campanha publicitária que convida todos os portugueses a “Parar e pensar” na poupança já realizada com um ano de abastecimento na PRIO. 60 milhões de euros é o número grande desta campanha que chega às ruas e às casas dos portugueses já a partir desta semana.

“Quanto já poupam os portugueses” é a mensagem da PRIO para reforçar o posicionamento de oferta de qualidade dos seus combustíveis com um preço, em média, 10 cêntimos mais barato que o da concorrência. A poupança de 60 milhões de euros em apenas um ano reflete o resultado de cerca de 2 milhões de abastecimentos mensais, valor que continua a crescer, da mesma forma que aumenta a confiança e a preferência dos portugueses pela marca que, ao contrário das restantes, é no produto aditivado que oferece o preço mais barato.

Ana Pinho, Responsável de Marketing da Prio Energy, refere que a campanha “demonstra de forma clara que a PRIO é uma forte alternativa às majors: no preço baixo, descomplicado e sempre garantido, na qualidade oferecida e percebida em produtos e serviços e na oferta alargada”. E sublinha: “com esta nova vaga de comunicação não apenas mantemos a comunicação dos atributos da marca, queremos dar a conhecer ao cliente quanto é que já poupou apenas por abastecer na PRIO, confirmando a promessa da empresa num facto comprovável”.

**Por:** Pedro Venâncio

**Fonte:**