



Con il nuovo logo della Società realizzato da Oliviero Toscani  
**AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA STAMPA DI GENERTEL**

Sarà lanciata il 6 maggio sui quotidiani nazionali la prima campagna pubblicitaria realizzata da Oliviero Toscani per **GENERTEL**, l'assicurazione on line del Gruppo Generali.

**GENERTEL** ha recentemente affidato a Toscani il compito di rivisitare integralmente l'immagine e lo stile della Compagnia e di dirigere la realizzazione delle varie campagne pubblicitarie.

Il primo frutto della collaborazione di **GENERTEL** con il creativo è il nuovo logo della Società, e proprio su di esso è incentrata la prima fase della campagna pubblicitaria pianificata sulla stampa quotidiana fino a fine giugno.

"Per disegnare il nuovo logo di **GENERTEL** ho pensato a un simbolo primario come il cerchio, una figura che è una metafora del movimento e dell'evoluzione – commenta Oliviero Toscani -. Un segno pulito, forte, di grande impatto e al contempo semplice".

Il nuovo logo di **GENERTEL** si caratterizza infatti per lo stile moderno, asciutto ed essenziale: un cerchio sul cui perimetro interno è disegnata una grande "G". Nel trattino della lettera – il raggio del cerchio - in corsivo minuscolo, la scritta "tel". Un vero marchio, inteso come segno caratteristico immediatamente riconoscibile e memorizzabile.

" Credo che l'essenzialità del nuovo logo –dice Toscani –ben sottolinei lo spirito di innovazione e l'efficienza che hanno sempre contraddistinto sia GENERTEL che i servizi offerti al cliente".

Minimalista, ma non per questo meno efficace, la campagna stampa creata per supportare il lancio del nuovo logo. Per attirare l'attenzione sul marchio, la comunicazione fa perno su numerosissimi annunci in cui il grande logo è accompagnato da una frase (le frasi sono tutte diverse) di grandi pensatori ma anche anonimi, da personaggi della cultura e da filosofi del passato e contemporanei. "Frase di chi ha detto cose interessanti, come ha fatto Genertel nel suo settore; frasi che non appartengono alla cultura della TV, che ci arrivano dal passato ma che sono invece modernissime; frasi che fanno riflettere, parole che forse ci stiamo dimenticando. Frasi tutte diverse, di ogni genere, che possano far leggere ogni annuncio con curiosità - aggiunge Toscani. - Da *La speranza è il sogno di chi è sveglia* di Aristotele ad *Affrettati adagio* di Augusto, passando per *Un uomo è come un dio quando sogna è come un mendicante quando riflette* di un anonimo".

In questa prima fase, la campagna si chiude con un claim estremamente semplice (Pronto? Pronto! Genertel Spa l'assicurazione online) che firma ogni annuncio.



"Questa nuova campagna, che vuol farsi notare per i contenuti prima che per la forma, porta al pubblico uno dei valori che dal giorno della sua fondazione GENERTEL ha sempre trasmesso all'interno dell'azienda: lo stimolo costante 'a pensare' in maniera innovativa e positiva con l'obiettivo di migliorare sempre la qualità del servizio al cliente", sottolinea Leonardo Felician, direttore generale di GENERTEL.

"Nel disegnare il nuovo logo Toscani ha centrato il primo obiettivo: trasmettere il senso della modernità e del movimento, che sono tipici della nostra Compagnia. E lo ha fatto con un simbolo che stilisticamente è molto elegante, in linea con la tradizione di comunicazione del Gruppo cui apparteniamo", commenta Giovanni Liverani, direttore commerciale di **GENERTEL**.

"Con Toscani - prosegue Liverani - stiamo registrando una perfetta sintonia: lui è un artista della pubblicità che tutto il mondo ci invidia, noi degli innovatori che hanno lanciato per primi in Italia un nuovo modo di assicurarsi, basato proprio sull'efficacia della comunicazione. Siamo ansiosi di registrare i ritorni di questa nuova campagna che si rivolge a 'chi sa pensare', perchè chi sa pensare sa anche scegliere meglio e quindi trova in Genertel risposte concrete alle sue domande".

#### **Informazioni su GENERTEL**

Con 440mila clienti e una quota pari ad un quarto del mercato italiano dell'assicurazione diretta, **GENERTEL** è la prima compagnia in Italia ad aver introdotto "l'assicurazione on line". Oggi la società conta più di 450 dipendenti e attraverso il suo "Contact Centre" riceve e smista giornalmente oltre 15mila telefonate e 4mila preventivi. Grazie allo spirito di innovazione che l'ha sempre contraddistinta è stata inoltre la prima società, nel 1996, a proporre le polizze anche su internet. Una scelta vincente, ampiamente confermata dai dati: con oltre 300 mila accessi unici al mese, il 50% dei nuovi preventivi e più del 24% del fatturato di **GENERTEL** proviene dal web.

Il successo commerciale della compagnia si è tradotto in breve in importanti risultati reddituali: nel 2003 Genertel ha raccolto un volume di premi lordi pari a 185 milioni di euro (+18%), confermando una combined ratio su ottimi livelli (98%), grazie anche al mantenimento di un tasso costi complessivo tra i più bassi del settore in Europa (12%). Sempre nel 2003 l'utile della società è stato pari a 6,1 milioni di euro, con un ROE del 23,3%.

Oltre ai prodotti per l'assicurazione auto e moto, **GENERTEL** propone anche una gamma di prodotti modulari e completi per tutte le esigenze assicurative legate all'abitazione e alla vita familiare, alla salute e ai viaggi.