

18 aprile 2002 - GENERTEL: una top model assicura gli italiani.

La Compagnia leader dell'assicurazione diretta punta su ironia e charme. Per la prima volta, una modella posa per una compagnia assicurativa.

Si chiama **Monika Tomaskova**, ed è una splendida modella di origine ceca, ex campionessa di atletica e giocatrice di basket, di 28 anni. E' lei la testimonial per la **nuova campagna Genertel** (Gruppo Generali), lanciata **a partire dal 13 aprile**, su stampa quotidiana e mega affissioni nelle metropoli italiane. Rilevante la componente creativa, a dimostrazione che la Compagnia on-line del Leone - unica nel suo genere - punta molto su innovazione e comunicazione, scegliendo di percorrere nuove vie decisamente inusuali.

310mila clienti ed oltre 126 milioni di Euro di raccolta premi nel 2001, un tasso di crescita di un nuovo cliente ogni minuto e la leadership del settore con **oltre un terzo di market share del mercato italiano dell'assicurazione diretta** sono il biglietto da visita di **Genertel, la prima** compagnia assicurativa ad aver introdotto in Italia **"l'assicurazione on-line"**. Una scelta vincente, ampiamente confermata dai dati: 20 mila contatti quotidiani, di cui oltre 4mila richieste di preventivo, 179 mila utenti unici su Internet (dati Nielsen NetRatings), con una crescita dei premi derivanti dal canale Internet del 102% sull'anno precedente. Nel 2001 Genertel **ha raddoppiato l'utile**, passando da 0,5 mln di euro del 2002 a 1,1 mln di euro.

<<"**Io e Genertel, l'assicurazione dal mio punto di vista**" questa l'idea creativa - spiegano a Genertel - Abbiamo voluto cambiare profondamente il tono della comunicazione pubblicitaria di una Compagnia di Assicurazione, spostando l'attenzione non sull'autoreferenzialità ma sulla sintonia col Cliente, creando un'associazione tra pensieri e parole del tutto originale per il settore, tramite un'icona della bellezza e della cura di sé, che Monika Tomaskova incarna alla perfezione>>.

La campagna, che è basata su un sequel di diversi soggetti - fotografati da Francesco Bruni, Direttore Artistico Igor Sclausero, copywriter Maurizio Clemente - **esalta la qualità di relazione col Cliente date dalla velocità, dal risparmio e dalla comodità del servizio Genertel**, associando alle parole grigie e a volte complesse del lessico assicurativo, immagini di grande fascino e situazioni divertenti. Ogni soggetto **gioca sul paradosso tra i tecnicismi del linguaggio assicurativo e le immagini seducenti di una modella mozzafiato, quasi a creare una storia a puntate della comunicazione pubblicitaria di Genertel.**

Ironia e charme per comunicare al consumatore i vantaggi dell'assicurazione diretta in modo nuovo ed originale.