

GENERTEL LANCIA LA NUOVA PUBBLICITA' ALL'IPERMERCATO

*La nuova campagna pubblicitaria Genertel punta su
convenienza, qualità e facilità d'uso*

Trieste 24 marzo 2003 - In un "mercato commodity" come quello dell'assicurazione RC Auto, **Genertel reinventa la sua comunicazione pubblicitaria puntando** su concetti creativi tipici della Grande Distribuzione. Si è voluto calare il prodotto assicurativo venduto on-line in un contesto che immediatamente richiami questi tre aspetti: **convenienza, qualità e facilità d'uso**. E' così che è nata l'idea di **ambientare in un ipermercato della Grande Distribuzione i vari soggetti della nuova campagna**, che è in questi giorni in uscita sui principali quotidiani nazionali e apparirà in affissione su autostrade e metropoli italiane. Il tutto interpretato dalla splendida testimonial **Monika Tomaskova**.

Per comunicare poi l'ottimo rapporto prezzo/qualità è stato usato, in ciascun soggetto, un prodotto tipico della spesa quotidiana in maxidimensione e "griffato" Genertel. Da quest'idea nascono l'enorme uovo di pasqua (Convenienza sorprendente), la maxipizza (Risparmio pronto in 3 minuti), o il barattolone di gelato (Preventivo a prezzo congelato).

L'ormai famosa **testimonial mozzafiato Monika Tomaskova**, è una ragazza di poco meno di trent'anni, ex cestista e mezzofondista nazionale, che è venuta in Italia dalla Repubblica Ceca nel 1990 e ci è rimasta per amore. "Non un personaggio altezioso o una top model plurimilionaria, ma – proprio come Genertel – una **bellezza che si nota ma che non ama le luci della ribalta: una di noi, insomma**" – commenta Giovanni Liverani Direttore Commerciale di Genertel.

SCHEDA TECNICA:

Cliente:	GENERTEL S.p.A.
Soggetti:	Convenienza sorprendente; Risparmio pronto in 3 minuti; Preventivo a prezzo congelato.
Direttore Commerciale:	Giovanni Liverani
Resp. Marketing:	Vincenzo Reina
Agenzia:	AIPEM
Direttore Clienti:	Giuseppe Pittino
Direttore Artistico:	Vincenzo Gentile
Copywriter:	Maurizio Clemente
Fotografo:	Francesco Bruni

Genertel SpA è la Compagnia leader nel mercato dell'assicurazione diretta in Italia, con circa il 30% di quota. Nata il 1 luglio del 1994 in occasione della liberalizzazione del mercato assicurativo auto in Europa, nel 2002 ha registrato una raccolta premi di oltre 156 milioni di Euro ed è stata scelta da oltre 360 mila Clienti, con un tasso di crescita di un nuovo Cliente al minuto. Ha raggiunto il break-even nel 1999 e nel 2002 ha prodotto un utile netto di 1.591 mila Euro. Genertel ha sede a Trieste ed è controllata al 100% dalle Assicurazioni Generali.