

RC Auto: GENERTEL scrive le sue regole.

Cinque semplici regole, frutto dell'esperienza di questi sei anni di attività come leader dell'assicurazione on-line in Italia: sono questi i contenuti della nuova campagna pubblicitaria di Genertel, sui principali quotidiani a partire da lunedì 4 settembre.

"In un momento in cui si fa un gran parlare di riforma dell'RC Auto, di definizione di nuove regole, abbiamo voluto richiamare l'attenzione del pubblico verso i nostri valori, il nostro codice genetico che già ha innovato molto", ha affermato nel presentare la campagna alla stampa Giovanni Liverani, vicedirettore della società.

La compagnia, che detiene oltre il 50% del mercato delle polizze on-line e assicura più di 250 mila automobilisti in tutta Italia, ha infatti varato una nuova campagna di informazione e sensibilizzazione sui problemi dell'RC Auto e sulle soluzioni sinora adottate per risolvere o attenuare le importanti problematiche del settore.

Chi rischia meno paga meno, patti chiari e trasparenti, basta un'e-mail, stop ai sinistri fantasma e raddoppiamo l'efficienza sono i cinque comandamenti che la compagnia si è data per fronteggiare il momento - particolarmente delicato - del settore RC Auto.

Gli annunci invitano anche i Clienti a segnalare via Internet eventuali inadempienze a questi valori di impresa.

"C'è un clima di grande ostilità nei confronti del settore e il rischio è che si faccia di tutta l'erba un fascio - prosegue Liverani - colpevolizzando anche gli operatori più efficienti. Pubblicare il nostro codice d'onore aiuterà certamente a capire che, diversamente da quel che si pensa e nonostante le pesanti perdite che lo affliggono, il settore è in grande fermento e la concorrenza decisamente aumentata".

La compagnia, attiva su Internet e con un call centre a Trieste di oltre 300 persone, ha chiuso lo scorso esercizio con un utile di bilancio di 113 milioni.