



09/03/2015
COMUNICATO STAMPA

Genertel è on air con la nuova campagna “#quandoguidirifletti”

Quando si è in auto tutto può accadere e spesso il primo vero pericolo è il nostro stile di guida

Trieste. Da oggi è on air la nuova campagna di comunicazione di Genertel, la compagnia assicurativa diretta di Generali Italia. Con la campagna “#quandoguidirifletti” Genertel vuole sensibilizzare gli automobilisti sul tema della protezione, invitandoli a riflettere sul proprio stile di guida, pubblicizzando un prodotto innovativo come il Quality Driver che oltre a proteggere, fa risparmiare e premia chi guida in modo responsabile.

Manuela Bottega
Responsabile Ufficio stampa
Generali Italia
T. 334.6600.121
manuela.bottega@generali.com

Elena Bollea
Ufficio stampa
Generali Italia
T. 366.6036.771
Elena.bollea@generali.com

www.genertel.it

#quandoguidirifletti è, infatti, il claim che caratterizza la comunicazione firmata da M&C Saatchi, che sarà on air fino al 9 maggio su TV, radio e web.

Il protagonista dello spot, rientrando a casa dopo una giornata di lavoro, si distrae mentre è alla guida della propria auto. Queste piccole distrazioni comportano delle conseguenze che invitano lo spettatore a riflettere su come un corretto stile di guida sia il primo modo per proteggersi e che spesso la nostra disattenzione è la prima causa di incidente.

A supporto della campagna TV e radio, sarà realizzata un'attività digital sui principali social network per creare awareness sul prodotto e guidare il target al sito internet.

Partendo proprio dalla caratteristica principale della polizza Quality Driver che premia la guida responsabile, e dal messaggio della la campagna, a partire dalla seconda metà di marzo dalla pagina Facebook di Genertel sarà possibile effettuare un test con una grafica accattivante e divertente per scoprire che tipo di guidatori siamo.

Ogni diversa tipologia di driver è stata associata ad un animale tipo e rappresentata da personaggi antropomorfi come ad esempio il guidatore Rinoceronte, che è quello più aggressivo; il guidatore Lupo, attento o ancora lo Struzzo, il guidatore timoroso.

Una volta concluso il test, l'utente scoprirà il proprio profilo e a quale personaggio corrisponde e potrà condividerlo con le proprie amicizie sui suoi profili social.

Lo spot è prodotto da BRW-USA; direttori creativi esecutivi e partner: Luca Scotto di Carlo e Vincenzo Gasbarro, è visibile sul canale YouTube di Genertel www.youtube.com/GenertelChannel.

Genertel/Genertellife

Genertel, la compagnia diretta di Generali Italia nasce a Trieste nel 1994 ed è la prima assicurazione ad aver introdotto nel nostro paese la vendita di polizze al telefono e, dal 1996, anche online. Genertel, insieme a Genertel*life*, - la prima compagnia diretta vita in Italia - costituisce l'unico polo assicurativo vita e danni dedicato ai canali diretti e alternativi, forte di **15 miliardi di attivi** e **oltre un milione di clienti**.

Nel 2013 Genertel/Genertellife ha raggiunto una **raccolta di circa 450 milioni di euro** e attraverso il suo Servizio di Assistenza Clienti gestisce **oltre 20 mila contatti quotidiani** con la clientela, ed ha erogato nel 2013 circa **3 milioni di nuovi preventivi di polizza**.