

“Facciamola Semplice”, al via la campagna ADV della nuova Genertel, 100% nativa digitale

- TV, radio, stampa e web per raccontare la nuova brand identity e l’offerta di mobilità
- Alla Compagnia assegnato il premio “Eletto prodotto dell’anno 2022” nella categoria “Simple Customer Experience”

Renato Agalliu
Responsabile Ufficio
Stampa
M. +39 342 1889490
renato.agalliu@generali.com

Carolina Lanzoni
Ufficio Stampa
M. +39 338 7270932
carolinamaria.lanzoni@generali.com

Giulia Di Martella Orsi
Ufficio Stampa
M. +39 392 9345326
giulia.dimartellaorsi@generali.com



www.generali.it

Milano – Genertel conferma l’ambizione ad essere la prima grande insurtech italiana e lancia la campagna pubblicitaria “Facciamola Semplice”, con l’obiettivo di raccontare la nuova strategia, 100% nativa digitale, per dare ai Clienti “tutto il buono dell’Assicurazione”.

Al centro del racconto della campagna, che valorizza la nuova brand identity di Genertel e Genertellife l’offerta di mobilità con focus sulla semplicità di acquisto, sulla gestione delle nuove polizze Auto e Moto e sulla possibilità di scegliere garanzie e sconti per una immediata e massima personalizzazione della soluzione assicurativa.

La campagna, firmata dall’agenzia *M&C Saatchi*, è on air sui principali network nazionali, con una pianificazione che comprende spot TV, radio, stampa, social media e altre piattaforme web suddivisa, in tre fasi nel 2022: la prima in avvio nel mese di aprile, la seconda a giugno e la terza fase in autunno.

La creatività si declina su un media mix volto ad affermare distintività, human touch ed empatia come elementi imprescindibili nel rapporto con i clienti. Nello spot tv, in particolare, viene animato graficamente il tratto illustrato che caratterizza la nuova immagine di Genertel.

A sole poche settimane dal lancio della nuova Genertel, la Compagnia si è aggiudicata il premio “Eletto Prodotto dell’Anno 2022” nella categoria Simple Customer Experience per “Nuove piattaforme app e sito e rinnovata offerta di protezione assicurativa per l’Auto”.

Il premio è stato assegnato esclusivamente da 12.000 consumatori reali, la cui ricerca è stata svolta da IRI, su una selezione di servizi venduti in Italia. Tra i votanti per la categoria, 7 consumatori su 10 hanno preferito la proposta di Genertel in termini complessivi di Innovazione e Soddisfazione, con un indice di Soddisfazione che ha riscontrato oltre il 91% di voti favorevoli.

Avviata a dicembre 2021, la nuova strategia della Compagnia diretta del Gruppo Generali, punta a re-inventare – ancora una volta – il settore assicurativo con un uso diffuso e sapiente di tecnologia per rendere l’esperienza straordinariamente semplice e sostenibile.

In particolare, a dicembre 2021 è stato lanciato sul mercato l’ecosistema Mobilità con l’offerta Auto, a cui ha fatto seguito a marzo 2022 la soluzione Moto. Inoltre, a febbraio è stata lanciata la soluzione instant Genertel Sci, volta ad ampliare l’offerta al settore sport e benessere.



Con la nuova strategia, Genertel punta a rafforzare la natura sociale dell'assicuratore con Beegood, il programma di social give back della community dei clienti su cause più vicine ai propri valori per supportare la comunità con progetti solidali in ambito sociale, ambientale e sanitario; in questi primi mesi sono stati raccolti oltre 150.000 cuoricini, ovvero punti derivanti dalle azioni dei clienti con l'App che la Compagnia convertirà in contributi monetari per diverse cause sociali.

Maurizio Pescarini, CEO e General Manager di Genertel e Genertel Life, ha commentato: *“Il lancio della campagna “Facciamola Semplice” è per noi un momento molto importante perché torniamo a raccontarci attraverso la pubblicità. Lo facciamo con un investimento significativo e un approccio media multicanale (TV, radio, digital, stampa) invitando a più livelli a scoprire come proponiamo di “far vivere tutto il buono dell’assicurazione”. La Nuova Genertel 100% nativa digitale, basata su 5 tecnologie e su 4 ecosistemi di bisogno si propone di trasformare il nostro modello operativo e fornire un’esperienza memorabile al Cliente. Un nuovo modo di vivere l’assicurazione, straordinariamente semplice e intuitivo, con la grafica che diventa essa stessa parte del prodotto e una nuova visual identity moderna di grande personalità. La campagna, ribattezzata “Facciamola Semplice”, riprende il nostro payoff e nello storytelling raccontiamo come la nuova offerta di Genertel sia semplice, personalizzabile e conveniente, per dare ai nostri Clienti un’esperienza unica e memorabile. La campagna riprende le grafiche e il family feeling della nostra nuova brand identity per posizionare coerentemente il messaggio e caratterizzare Genertel con elevata distintività”.*

Genertel è la Compagnia assicurativa diretta di Generali Italia. Fondata nel 1994, oggi è fra le prime assicurazioni dirette in Italia. Insieme a Genertellife - la prima compagnia diretta vita in Italia - costituisce l'unico polo assicurativo vita e danni dedicato ai canali diretti e alternativi.