



13.07.2020
COMUNICATO STAMPA

Generali lancia la sua prima campagna pubblicitaria globale

- La campagna celebra e sostiene i 150.000 agenti di Generali, raccontando cosa significa per il Gruppo essere Partner di Vita dei propri clienti

Milano – Generali lancia la prima campagna pubblicitaria globale dei suoi 189 anni di storia, focalizzata sulla celebrazione degli oltre 150.000 agenti che incarnano il significato dell'essere Partner di Vita per i clienti.

La campagna evidenzia inoltre il ruolo fondamentale degli agenti, "eroi" di Generali che, con tocco umano, offrono prodotti e servizi personalizzati ai propri clienti. Essi rappresentano il vero volto del Partner di Vita nelle comunità locali e per questo vengono posti al centro della campagna, che offre loro l'opportunità unica di personalizzare la propria azione locale ponendosi come punto di riferimento per offrire una consulenza informata ai propri clienti in qualunque momento.

La campagna prevede tre fasi: la prima è focalizzata sugli agenti, la seconda, a ottobre, sarà dedicata al brand e la terza sarà incentrata sui prodotti e gli hallmarks chiave nel 2021.

La campagna verrà inizialmente lanciata in Italia e Spagna, quindi partirà in Polonia, Indonesia, Ungheria e Austria, e a seguire in una dozzina di altri Paesi dove il Gruppo opera, attraverso molteplici canali – televisione, stampa, radio, affissioni, social media e altre piattaforme web. La campagna include un mix di supporti digitali e si rivolge ai segmenti specifici di maggiore interesse per il Gruppo.

Isabelle Conner, Group Chief Marketing & Customer Officer, ha affermato:

"Costruire un brand forte è un pilastro fondamentale della strategia Generali 2021. Significa offrire una esperienza multicanale continua, prodotti e servizi su misura, ma anche essere capaci di entrare in contatto emotivo con i clienti. Ecco perché abbiamo voluto uscire in questo momento con un messaggio empatico e audace, soprattutto ora che la vita sta ripartendo dopo la pandemia del Covid – 19". Conner ha inoltre aggiunto: "L'unicità di Generali sta nella nostra Reditude, che potremmo tradurre "atteggiamento rosso": il rosso è il colore di Generali, rappresenta la nostra empatia e la nostra umanità mentre l'atteggiamento consiste nel nostro spirito, la passione il dinamismo e la propositività. Sono queste le qualità che le persone cercano in un brand, qualità che aggiungono valore alla vita dei clienti."

La campagna pubblicitaria globale è stata realizzata in partnership con l'agenzia di comunicazione e marketing Dentsu, incaricata di creare una piattaforma globale di comunicazione per la business strategy "Lifetime Partner" di Generali.

Media Relations
T +39. 02.43535014
media@generali.com

Investor Relations
T +39.040.671402
ir@generali.com

www.generali.com

 Generali
 @GENERALI
 Generaligroup
 GruppoGenerali



IL GRUPPO GENERALI

Generali è uno dei maggiori player globali del settore assicurativo e dell'asset management. Nato nel 1831, è presente in 50 Paesi con una raccolta premi complessiva superiore a € 69,7 miliardi nel 2019. Con quasi 72 mila dipendenti nel mondo e 61 milioni di clienti, il Gruppo vanta una posizione di leadership in Europa ed una presenza sempre più significativa in Asia e America Latina. L'ambizione di Generali è quella di essere Lifetime Partner per i clienti, offrendo soluzioni innovative e personalizzate grazie a una rete distributiva senza pari.