

## GENERALI lanza “Historias por las que merece la pena pararse” su nueva campaña de publicidad con los clientes como protagonistas

- La nueva campaña se emitirá a partir del 7 de junio en exclusiva en los canales de (Antena 3, La Sexta, Nova y Neox)
- A través de cuatro capítulos de 90 segundos y con Juanra Bonet como guía, la campaña mostrará por qué en Generali somos diferentes y únicos con los clientes y sus experiencias como protagonistas
- En [este enlace](#) puedes ver un adelanto de la campaña

**Madrid-** Generali estrena hoy su nueva campaña de publicidad, “*Historias por las que merece la pena pararse*” que se emitirá en exclusiva y en horario de máxima audiencia en los canales de Atresmedia (Antena 3, La Sexta, Nova y Neox) y que refuerza el mensaje de Socios de por Vida de nuestros clientes.

Se trata de la primera vez que Generali utiliza un recurso publicitario de máxima audiencia y de larga duración, fuera de los bloques convencionales para los anuncios publicitarios.

La campaña se compone de cuatro episodios de 90 segundos de duración en los que el presentador Juanra Bonet interactúa con varias personas que cuentan sus historias y anécdotas en el tiempo que dura un semáforo en rojo y que inciden en la importancia de tener sus seguros con Generali, que entiende los riesgos a los que se enfrentan sus clientes y da respuesta a sus necesidades de manera individual y personalizada.

Cada personaje explica distintas situaciones a las que tuvieron que hacer frente en su hogar o en relación con la salud que quedaron en una anécdota gracias a Generali, cómo el programa Vitality contribuye a un estilo de vida más saludable o cómo los clientes y sus agentes establecen una relación de confianza más allá de lo profesional.

**Rakesh Wadhwa, Chief Customer and Marketing Officer de Generali**, explica: “*Uno de los pilares fundamentales de Generali es ser socio de por vida de nuestros clientes. En esta campaña nuestros clientes tienen un papel muy relevante, ya que son los protagonistas de sus propias historias y son, sin duda, nuestros mejores embajadores. Nuestro compromiso con ellos se materializa en la amplia oferta de servicios con la que queremos acompañarlos en cada etapa de su vida*”.

En [este enlace](#) puedes ver un adelanto de la campaña.

---



## FICHA TÉCNICA DE LA CAMPAÑA

**CLIENTE:** GENERALI

**RESPONSABLES:**

Head of Brand and Performance: Javier Las Heras

Brand Manager: Susana Melendi

**AGENCIA:** ISOBAR

**EQUIPO:**

Directora servicios al cliente: Violeta Puyuelo

Directora de cuentas: Cristina de Miguel

Supervisora de cuentas: Belén Moya

Director creativo ejecutivo: Álvaro Rodríguez Solano

Director creativo: Alfonso Cuenca

Copywriter: Guillermo Ley

Copywriter: Mariu Díaz

Art director: Juan Velasco

Art director: Sandra Alonso

Head of production: Pacho Martínez

**PRODUCTORA:** KIWI FILM

**EQUIPO:**

Director: Günther

D.o.p.: Rubén Yanes

Productor ejecutivo: Sergio Martínez

Producer: Marce Molero

Jefe producción: Josué Corral

Coordinadora producción: Mónica Regueira

1st a.d.: Danni Pérez

**GENERALI ESPAÑA**

GENERALI España ([www.generali.es](http://www.generali.es)), que pertenece al Grupo GENERALI, es una de las principales aseguradoras del mercado español. Presente en el país desde 1834, ocupa una posición de liderazgo, prestando servicio a más de 3 millones de clientes, entre particulares y empresas. Con una de las redes de oficinas con mayor presencia en España, la compañía cuenta con cerca de 1.600 puntos de atención al cliente. Además, ofrece una completa oferta de seguros, donde las soluciones personalizadas y la innovación son claves. Una forma de entender el sector que logra excelentes cifras, como la de satisfacción de sus clientes: 8 de cada 10 recomendarían a la aseguradora, según un estudio realizado a más de 650.000 clientes. Además, GENERALI España ha sido certificada como una de las mejores empresas para trabajar según Top Employers 2022.

---