

Comunicato stampa, 5 settembre 2002

Genialloyd: parte la nuova campagna stampa

Annunci mirati per le testate femminili, di automobilismo e di informatica

Milano, 5 settembre 2002 - Dopo la campagna pubblicitaria di giugno Genialloyd, la compagnia assicurativa di vendita diretta di Ras, torna sulle pagine di quotidiani e periodici con quattro nuovi soggetti.

Il tema centrale, come per la campagna istituzionale dei mesi scorsi, resta l'evoluzione dell'uomo. A giugno era rappresentata da una mano di un primate contrapposta a quella di un uomo moderno, oggi trae spunto da oggetti della nostra quotidianità. L'immagine di un volante in legno è contrapposta a quella di un'auto sportiva ultimo modello, un mouse di primissima generazione si affianca ad un innovativo mouse a infrarossi, un'antica clessidra è messa a confronto con una tecnologica sveglia digitale, l'emancipazione della donna viene sottolineata dal *claim* "assicurazione, auto ed evoluzione: sostantivi femminili".

La scelta dei soggetti è partita dall'analisi della clientela di Genialloyd, che ha permesso di identificare il cliente tipo: automobilisti esperti, navigatori Internet e persone al passo con l'evoluzione tecnologica e disposti a sperimentare nuove modalità d'acquisto più comode e veloci. Interessante inoltre la componente femminile della clientela che raggiunge circa il 40% del totale degli assicurati Genialloyd.

I diversi annunci pubblicitari saranno veicolati attraverso media specializzati: testate di informatica, di automobilismo, riviste scientifiche e femminili e quotidiani.

La campagna pubblicitaria su stampa è affiancata da annunci radio e dallo spot televisivo di 30" che mostra l'evoluzione dell'uomo attraverso le maggiori scoperte tecnologiche: la scoperta del fuoco, la candela che si trasforma in interruttore, la mano di Internet che guida nella esplorazione del sito. La regia dello spot è di Vittorio Sacco ed è stato realizzato con sofisticate tecniche high speed Motion Picture House. La direzione creativa è stata curata da Cesare Casiraghi, dell'agenzia Casiraghi Greco&, l'Art Direction è firmata Francesco Rizzi e il copywriter è Lorenzo Rocchi. L'avvincente colonna sonora è di Roberto Cacciapaglia.

Contatti:

Ufficio stampa Ras

Andrea Falessi

Telefono 02 7216 2224

Annalisa Caccavale

Telefono 02 7216 7095