

## COMUNICATO STAMPA

### “PRONTI ALLA VITA”: CATTOLICA TORNA IN TV

*La campagna di brand sarà on air sui principali media dal 10 febbraio*

Verona, 6 febbraio 2019. Al via la seconda fase della campagna di comunicazione che Cattolica Assicurazioni ha avviato lo scorso novembre in coincidenza con l'inizio dei Cattolica Test Match, l'evento sportivo con cui la Compagnia ha inaugurato la sponsorship della Federazione Italiana di Rugby. Dal prossimo 10 febbraio, Cattolica sarà on air su tutti i principali media nazionali con un concept realizzato in collaborazione con l'agenzia creativa Utopia e un piano media curato da Vizeum, che abbraccia tv, radio, carta stampata, affissioni e web andando a raggiungere, oltre a Verona, alcune tra le maggiori città d'Italia: Roma, Milano, Napoli, Firenze e Bologna.

Al centro dell'idea creativa della seconda fase della campagna ritorna l'impianto valoriale di Cattolica. Se a novembre era stata valorizzata la partnership con FIR, usando il rugby come metafora di vita per far emergere la consonanza di ideali che lega la società assicurativa a questo sport, il secondo flight ha un taglio corporate, scelto con il proposito di rafforzare ulteriormente l'identità e il posizionamento di Cattolica come compagnia vicina alle persone in qualsiasi momento della loro vita. La campagna si sviluppa attraverso quattro creatività ambientate in altrettante esperienze di vita: dal gioco senza freni di quando si è bambini a una serata con gli amici trascorsa sotto le stelle, dal senso di libertà scaturito da un giro in moto alla bellezza mozzafiato di un paesaggio lontano, scoperto durante una vacanza.

*“Cattolica ha un'identità distintiva da valorizzare oggi, in un momento di profonda evoluzione – ha dichiarato Emanuela Vecchiet, Direttore comunicazione e relazioni istituzionali di Cattolica Assicurazioni – La nuova campagna di comunicazione 2018/2019 è stata studiata con l'intento di consolidare l'originaria vocazione territoriale di Cattolica, rinnovandone l'immagine e posizionandola sul mercato come gruppo nazionale, competitivo e innovativo. Dopo aver sviluppato il concept in chiave sportiva, in occasione dell'avvio dei Cattolica Test Match, per questa seconda fase abbiamo declinato i valori di Cattolica con un messaggio più corporate. Il payoff “Pronti alla vita” racconta il significato della campagna e l'angelo, il nostro logo, esprime ciò che siamo: un'azienda vicina, che protegge e si prende cura delle persone mettendole nella condizione di vivere al meglio la propria vita”.*

### CONTATTI

#### **Responsabile Media Relations**

Erminia Frigerio (Cell. 337/1165255)  
[erminia.frigerio@cattolicaassicurazioni.it](mailto:erminia.frigerio@cattolicaassicurazioni.it)

#### **Responsabile media locali**

Angelo Cipriani (Cell. 347/5074052)  
[angelo.cipriani@cattolicaassicurazioni.it](mailto:angelo.cipriani@cattolicaassicurazioni.it)

#### **Addetto stampa**

Pietro Moneta (Cell. 337/1176726)  
[pietro.moneta@cattolicaassicurazioni.it](mailto:pietro.moneta@cattolicaassicurazioni.it)

#### **Addetto stampa**

Camilla Pisani (Cell. 335/7138669)  
[camilla.pisani@cattolicaassicurazioni.it](mailto:camilla.pisani@cattolicaassicurazioni.it)