

Le ragioni del successo di Prima Assicurazioni al centro della nuova campagna firmata da TBWA \ Italia, protagonista Patrick Dempsey: Tu, Prima.

Il nuovo spot della insurtech italiana sarà on air sui principali canali TV, stampa digital, social e radio, a partire da oggi.

Milano, 6 maggio 2024 – Prima Assicurazioni, l'insurtech che ha rivoluzionato il mercato assicurativo attraverso una tecnologia disegnata per essere accessibile, a misura d'uomo, lancia una nuova campagna pubblicitaria multicanale con cui intende ribadire la centralità dei propri clienti all'interno della propria filosofia. Un percorso virtuoso, iniziato nel 2015, che ha permesso all'azienda di crescere e affermarsi all'interno di uno scenario altamente competitivo, forte dei suoi valori, gli stessi, da sempre. **TBWA\Italia** ha lavorato a quella che deve essere definita come una vera e propria piattaforma strategico-comunicativa, di cui la campagna è il primo, indispensabile tassello: *"Tu, Prima"*. Un modo di essere, di concepire e guidare il business, di stabilire le proprie priorità, le tappe del proprio sviluppo, non un semplice slogan. Ironica e divertente, la campagna sarà trasmessa sui principali canali TV, stampa, digital, social e radio a partire da oggi, lunedì 6 maggio.

Prima è un'agenzia assicurativa affacciata sul mercato meno di 10 anni fa; da allora, non ha mai smesso di crescere. Le ragioni del successo: servizi innovativi, la semplicità di accesso, la cura dei dettagli, la solidità della propria struttura, l'esperienza offerta ai propri clienti. Una ricetta solo apparentemente semplice che l'ha portata a conseguire riconoscimenti a livello internazionale, anno dopo anno. L'esperienza, dicevamo, non solo più digitale, da vivere sul sito e sulla app, oggi si arricchisce di un canale nel quale l'aspetto umano della relazione ha un ruolo centrale: un network di agenzie e broker presente su tutto il territorio italiano cui i clienti possono rivolgersi, con fiducia, certi di un servizio consulenziale su misura, chiaro, rapido e affidabile. Un nuovo modo di creare valore nella relazione con il pubblico, con la gente.

Da qui, la necessità di raccontare in modo chiaro gli elementi che rendono Prima un po' speciale. *"Tu, Prima"* nasce certamente dalla voglia di sottolineare l'attenzione verso gli aspetti più personali del rapporto con i clienti e dal desiderio di ribadire una filosofia vincente, ma anche dal bisogno di rispondere ad una domanda chiara, emersa dall'analisi delle aspettative dei consumatori: integrare l'esperienza digitale e tecnologica con uno "human touch", unito alla massima personalizzazione dell'offerta. La piattaforma strategico-creativa *"Tu, Prima"* conferisce nuovo valore all'esperienza, alla crescita e alla solidità di Prima, alla sua continua ricerca di soluzioni innovative, alla sua tensione verso il futuro, mostrando la forza di un approccio omnicanale, umano e personalizzato, che mette al centro l'utente e le sue esigenze.

E quindi, come far comprendere al pubblico che, per Prima, i clienti vengono davvero prima di tutto? Mettendoli, letteralmente, davanti a tutto. Anche davanti a un testimonial di livello internazionale, un attore di Hollywood amato e acclamato, protagonista di film e serie TV di grande successo: **Patrick Dempsey**.

Nei diversi soggetti TV Patrick Dempsey comincia, infatti, a parlare di Prima Assicurazioni e dei suoi prodotti, ma poi finisce, sempre e irrimediabilmente, per essere interrotto, addirittura nascosto, dai clienti, che ne diventano i reali protagonisti. Entrano in scena davanti a lui una ragazza che si asciuga i capelli, o una coppia pronta a una gita in kayak, o un papà che gioca con la figlia che rientra da scuola, e tanti altri ancora. Così, il focus della macchina da presa, che rappresenta la vera attenzione di Prima Assicurazioni, si sposta su di loro. A rafforzare l'idea creativa la line che firma la campagna: *"Per Prima vieni davvero prima di tutto. Anche di Patrick"*.

«Noi lavoriamo da sempre al fianco delle persone. Sia grazie al supporto della tecnologia che della nostra rete di agenti, Prima è in costante contatto con i suoi oltre 3 milioni di clienti per raccogliere i loro feedback e ascoltarne le esigenze, così da poter offrire prodotti e servizi sempre più personalizzati e studiati appositamente per loro», commenta **George Ottathycal, CEO di Prima Assicurazioni**. «Lo facciamo perché crediamo nella centralità delle persone, sia dei nostri dipendenti che di chi ci sceglie come compagnia assicurativa. Con questa campagna Prima vuole mettere in scena la propria filosofia, sempre orientata a restituire valore ai clienti, senza tradire mai il fatto che "Tu" venga "Prima" di tutto il resto».

“Abbiamo lavorato a stretto contatto con Prima, a partire dal piano strategico fino a quello creativo e di comunicazione. Il risultato ottenuto valorizza l’unicità di un Brand sempre più forte e in grado di intercettare i bisogni e supportare i propri clienti con soluzioni semplici e innovative. Un messaggio chiaro e diretto, raccontato con forza da una piattaforma creativa proprietaria, in cui si ha il coraggio di usare un testimonial in modo davvero disruptive, arrivando a coprire Patrick Dempsey per dimostrare la nostra idea. Una scelta mirata, che ha individuato un personaggio internazionale conosciuto nei mercati rilevanti per Prima, legato al mondo motor per ragioni personali e professionali, e con il perfetto mix di fascino e autoironia per interpretare questo ruolo innovativo” dichiarano **Fabrizia Marchi CEO** e **Mirco Pagano CCO** di TBWA\Italia.

La società è molto attiva anche nel mondo delle sponsorizzazioni sportive, tra le quali spicca il ruolo di Title Sponsor del team Prima Pramac Racing che ha vinto l’anno passato il titolo di Campione del Mondo costruttori nella classe MotoGp, la prima volta nella storia della disciplina per un team indipendente.

Per TBWA hanno lavorato al progetto **Alessandro Monti**, copywriter con **Yara Saad**, art director e **Davide Zanfabro**, intern art director. **Frank Guarini** e **Vittoria Apicella**, creative director. CCO **Mirco Pagano**. Executive producer e talent management **Cristina Mazzocca**. Produce **Mercurio** con la regia di **Adam Hashemi**.

CREDITS

Agenzia: TBWA\Italia
 CEO: Fabrizia Marchi
 Chief Creative Officer: Mirco Pagano
 Creative Directors: Frank Guarini, Vittoria Apicella
 Copywriter: Alessandro Monti
 Art Director: Yara Saad
 Intern Art Director: Davide Zanfabro
 Chief Strategy Officer: Michael Arpini
 Senior Strategic Planner: Eleonora Gomez de Teran
 Junior Strategic Planner: Sarah Corleta
 Business Manager: Vania Morelli
 Project Manager Senior: Chiara De Petris
 Responsabile produzione stampa: Luca Mestrone
 Coordinamento traffico controllo produzione digital: Paola Gemelli, Danila Cericco
 Social Media Director: Gaia D’Aguanno
 Junior Social Media Specialist: Beatrice Barucci
 Creative Executive Producer & Project Manager: Cristina Mazzocca
 TV Producer: Veronica Pasi

Cdp: Mercurio Cinematografica
 Director: Adam Hashemi
 Dop: Tommaso Terigi
 Executive producer: Luca Fanfani
 Producer: Gaia Luna Parenti
 Ass. Producer: Maddalena Ricolfi
 Art dep: Stella Lombardo
 Stylist: Valentina Mezzani
 Director Digital: Priscilla Santinelli
 Photographer: Elisabetta Claudio
 Back Stage: David Drills
 Editor: Eleonora Cao
 Editor digital / backstage: Claudia Caripoli

Post Produzione audio: Suoni
 Post Produzione video: Applemint

Music Licensing: Screenplay

Prima Assicurazioni è la tech company, attiva dal 2015, che opera in Italia, UK e Spagna, come agenzia assicurativa specializzata in polizze auto, moto, furgoni, casa, famiglia e infortuni. Prima è la società che ha rivoluzionato il rapporto tra cliente e assicurazione grazie al digitale e che ha poi portato questa rivoluzione tecnologica anche tra agenti e broker, facendo finalmente correre un settore tradizionalmente poco dinamico come quello assicurativo.

TBWA è The Disruption® Company: il motore culturale per il business del ventunesimo secolo. Incoronata Global Agency of the Year da AdWeek per il secondo anno consecutivo è anche Network of the Year 2022 per AdAge; citata tra le World's Most Innovative Companies da Fast Company nel 2019 – 2020 – 2021, 2022 e 2023. Diamo vita a idee disruptive che posizionano e coinvolgono i brand nel panorama culturale, assicurandogli una larga quota di futuro. Il nostro collettivo conta 10.000 menti creative divise in 41 paesi, e include brand come Auditoire, Digital Arts Network (DAN), eg+ worldwide, GMR, The Integer Group®, TBWA\Media Arts Lab, TBWA\WorldHealth e TRO. In Italia abbiamo due sedi una a Milano e una a Roma. Tra i nostri clienti Eni, BNL, Findomestic, Iliad. Siamo la sola agenzia di comunicazione ad avere un asilo nido aziendale aperto a tutti i bambini del quartiere; la prima ad avere adottato lo smart working. TBWA è parte di Omnicom Group (NYSE: OMC).
[Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#)

Contatti:

Prima Assicurazioni

Lorenzo Allegrini

lorenzo.allegrini@prima.it

Barabino & Partners

Tel. 02/72.02.35.35

Pietro Cavallera

p.cavallera@barabino.it

Mob. 338 93 50 534

Alice Corbetta

a.corbetta@barabino.it

Mob. 340 45 57 565

Michele Zino

m.zino@barabino.it

Mob. 333 96 49 152

TBWA

Silvia Capuzzi - silvia.capuzzi@tbwa.it