



12/02/2016
NOTA DE PRENSA

GENERALI asegura el amor por San Valentín

La póliza ‘Amor a Todo Riesgo’ protege las relaciones de todos sus asegurados con las mejores coberturas en caso de ruptura: manta, chocolate y peli.

Madrid. El compromiso de proteger al asegurado en todo momento y ante cualquier situación ha llevado a GENERALI a lanzar una nueva campaña en redes sociales con motivo del Día de San Valentín.

Amor a Todo Riesgo es un seguro con el que disfrutar del amor sin preocupaciones, ya que -como es habitual en los seguros de GENERALI- incluye las mejores coberturas en caso de sufrir un accidente sentimental: manta, chocolate y peli, el remedio universal para superar una ruptura.

“Porque si a una persona le rompen el corazón, ¿quién mejor que una aseguradora para cubrir ese accidente sentimental y ofrecerle una solución?”, afirma el Director de Comunicación de GENERALI, Javier Las Heras, responsable de la campaña que se presenta con el vídeo que puede verse [aquí](#).

Esta idea inspira la original acción con la que los seguidores de la aseguradora en Facebook podrán ganar una de las diez pólizas *Amor a Todo Riesgo* que GENERALI repartirá el próximo 14 de febrero. Para conseguir una de ellas, basta con hacerse amigo de [GENERALI](#) en Facebook y comentar cuál ha sido la mayor locura cometida por amor.

Los mejores comentarios serán premiados con uno de los diez seguros de edición limitada, junto con el *kit* de ruptura (que incluye una manta, chocolate y una película) que solo se utilizará en caso de que sea necesario.

Ogilvy Public Relations

Marian Ortiz / Isabel Izquierdo
T 654 51 27 16 / 91.451.21.35 /
91.451.21.48
E-mail: marian.ortiz@ogilvy.com /
isabel.izquierdo@ogilvy.com

Assicurazioni Generali S.p.A.

p.zza Duca degli Abruzzi, 2
34132 Trieste
P.O.Box 538
T +39.040.671111
F +39.040.671600

contact@generali.com
generali.com

GRUPO GENERALI

El Grupo GENERALI es una de las mayores aseguradoras globales, con un ingreso total de primas en 2014 de más de 70.000 millones de euros.

Con 77.000 empleados en todo el mundo y 72 millones de clientes en más de 60 países, el Grupo ocupa una posición de liderazgo en los mercados de Europa Occidental y un lugar de creciente importancia en los mercados de Europa Central y del Este, así como en Asia.