

București, 9 iunie 2016

Dragoș Bucur, alături de Groupama Asigurări în noua campanie: continuitate și angajamente respectate

Groupama Asigurări, unul dintre liderii pieței de profil din România, a lansat o nouă campanie de promovare, avându-l ca protagonist pe Dragoș Bucur.

Prin eforturile permanente de confirmare și depășire a așteptărilor clienților, Groupama Asigurări rămâne fidelă celor patru valori ale sale: responsabilitate, solidaritate, proximitate și performanță. Mesajul campaniei sintetizează aceste valori și are scopul de a le transmite atât clienților, cât și prospecților ideea de continuitate ca misiune definitorie a Groupama Asigurări.

Pe lângă evoluția favorabilă a rezultatelor financiare din ultimii ani, Groupama Asigurări a înregistrat, de asemenea, rezultate de excepție în privința satisfacției și preferinței clienților: pentru al patrulea an consecutiv, Groupama Asigurări a avut cel mai mic număr de reclamații înregistrate la ASF, din top 5 asigurători din România, iar în 2015 ponderea clienților foarte satisfăcuți ai companiei a ajuns la 77%, alături de un scor NPS în creștere semnificativă versus anul anterior.

"Noua campanie ne va ajuta să ne poziționăm corect în raport cu publicul nostru țintă: oameni ocupați, care se străduiesc să fie cât mai buni la locul de muncă și, totodată, cât mai activi în viața de familie. Este o misiune dificilă, care poate deveni imposibilă în cazul producerii unui eveniment neașteptat. Misiunea noastră este de a le asigura continuitatea în aceste momente dificile, pentru ca ei să se ocupe mai relaxați de ceea ce contează cu adevărat în viața lor", a declarat Georgiana Miron, Director Marketing și Comunicare, Groupama Asigurări.

În această campanie s-a optat pentru un "purtător de cuvânt" care excelează în profesia sa și este un model în viața de familie: actorul Dragoș Bucur. Aflat într-o ipostază firească de viață, el trebuie să gestioneze o serie de provocări simultane, iar câteva evenimente neprevăzute îi pun la încercare calmul și capacitatea de a-și ține promisiunea făcută fiicei sale. Conceptul campaniei a fost elaborat de Leo Burnett România, iar povestea a fost transpusă în imagini de regizorul Radu Muntean și casa de producție Multi Media Est.

Campania are două componente, respectiv TV și online și se desfășoară în perioada mai – iulie 2016. Spotul este accesibil pe canalul de YouTube Groupama Asigurări la acest [link](#).

Despre Groupama Asigurări:

*Groupama Asigurări este unul dintre liderii pieței de asigurări din România, recunoscut pentru **calitatea serviciilor și soluțiile flexibile de asigurare** oferite celor peste **1,1 milion de clienți individuali și 67.000 de companii**.*

*Parte a unui grup internațional de asigurări și servicii financiare, cu 34.500 de angajați deservind peste 13 milioane de clienți la nivel global, Groupama Asigurări își orientează strategia de dezvoltare în jurul **celui mai important partener al său, clientul**, pentru care dezvoltă produse și servicii simple și flexibile, adaptabile nevoilor acestuia, care să îi asigure **continuitatea planurilor** atunci când evenimente neprevăzute apar. Mai multe informații pe www.groupama.ro.*

Contact Groupama Asigurări: Alina Marin / 0730 390 398