



Prima Assicurazioni, al via la campagna “Tu, Prima” con Jos  Mourinho: il cliente al centro della strategia

Descrizione

COMUNICATO STAMPA – CONTENUTO PROMOZIONALE

Milano, 12 Maggio 2026. Con “Tu, Prima”,
Prima Assicurazioni

inaugura una nuova fase della propria comunicazione, rafforzando un posizionamento costruito negli anni: mettere il cliente davvero al centro, non solo nei servizi ma anche nel racconto del brand.

La nuova campagna multiplatforma rappresenta un’evoluzione coerente del percorso intrapreso, introducendo un linguaggio ancora pi  diretto e una narrazione capace di semplificare un concetto chiave: per Prima, ogni cliente viene prima di tutto.

Per raccontare questo messaggio, Prima Assicurazioni sceglie un protagonista d’eccezione, Jos  Mourinho, ma lo fa in modo tutt’altro che convenzionale.

In un contesto in cui il testimonial   solitamente il centro della comunicazione, “Tu, Prima” ribalta completamente questa dinamica.

Mourinho, abituato a essere sempre il numero uno, si trova improvvisamente in una posizione inedita: non   pi  lui a venire prima, ma i clienti.

La campagna si costruisce proprio su questo paradosso narrativo. Il racconto si sviluppa attraverso una serie di scene ironiche in cui emerge questo paradosso: «Luca viene prima», «Lucia viene prima» fino alla risoluzione finale, quando decide di diventare cliente e ritrova il proprio posto, dando forma a un racconto semplice ma estremamente efficace che consente di tradurre in modo immediato la promessa dell'azienda.

Il claim «Tu, Prima» sintetizza la direzione intrapresa da Prima Assicurazioni negli ultimi anni. Non si tratta solo di una scelta creativa, ma della rappresentazione di un modello costruito attorno alla semplicità e alla centralità del cliente. Il messaggio è immediato, personale e universale. Parla a tutti e rende esplicito un principio che guida l'intero modello: progettare servizi e prodotti partendo dai bisogni reali delle persone.

In questo senso, la campagna si inserisce in continuità con un percorso già avviato, in cui tecnologia e accessibilità hanno contribuito a rendere più immediata l'esperienza assicurativa.

«Abbiamo lavorato con un testimonial unico e carismatico su un'idea semplice ma fortissima, capace di vivere su tutti i canali e di essere riconoscibile e coerente in ogni formato», commenta Fabia Bernacchi, Chief Communication and Brand Officer di Prima Assicurazioni.

Il lancio della campagna arriva dopo un anno di forte sviluppo. Nel 2025 Prima Assicurazioni ha registrato premi in crescita del 39%, superando 1,8 miliardi di euro e raggiungendo oltre 5 milioni di clienti attivi.

A questi risultati si aggiunge una quota del 12% nel mercato motor italiano e il rafforzamento del posizionamento internazionale, anche grazie all'ingresso nel Gruppo AXA.

Si tratta di indicatori che confermano la solidità del modello e la capacità di crescita in un contesto competitivo, sostenuta da un'offerta accessibile e da un'esperienza sempre più semplificata.

Con «Tu, Prima», Prima Assicurazioni non introduce un nuovo posizionamento, ma lo rende ancora più esplicito: mettere il cliente davvero al centro.

Come sottolinea Fabia Bernacchi, Chief Communication and Brand Officer, si tratta di un messaggio diretto, personale e universale, che rafforza la promessa di centralità del cliente. Anche Jos   Mourinho coglie questo punto, osservando come per Prima viene sempre prima il cliente, sintetizzando il senso dell'intero progetto.

Una campagna che, pi  che raccontare, chiarisce con semplicit  ci  che ha sempre contraddistinto il cuore pulsante di Prima Assicurazioni.

Contatti:

Prima Assicurazioni S.p.A. Sito Web: <https://www.prima.it/>

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Responsabilit  editoriale di Prima Assicurazioni S.p.A.

  

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Maggio 12, 2026

Autore

redazione

default watermark