



LÍNEA DIRECTA LANZA “TIRÍ TIRÍ TIRÍ”, UNA LLAMATIVA CAMPAÑA BASADA EN SU ICÓNICO FONOTIPO PARA POTENCIAR LA CONSIDERACIÓN DE LA MARCA

- Coincidiendo con el 30 aniversario de la compañía, Línea Directa ha desarrollado una nueva campaña publicitaria bajo el título “Tirí Tirí Tirí” que tiene como eje central la representación gráfica y hablada del icónico fonotipo de la compañía, una de las identidades sonoras más reconocidas en España.
- Con esta campaña transmedia, la entidad busca impulsar la consideración de la marca y destacar su oferta multiproducto, alta calidad del servicio, competitividad en precio y liderazgo.
- El prelanzamiento tuvo lugar el pasado 14 de febrero con el despliegue en el centro de Madrid de una gran lona roja que incluye únicamente el mensaje “Tirí Tirí Tirí. ¿Te suena?”, y posteriormente con inserciones en medios masivos (televisión, radio y prensa digital). Hoy, Línea Directa ha desvelado estar detrás de esa acción, iniciando la segunda fase de la campaña, que pondrá el foco en el amplio catálogo de seguros de la entidad aseguradora.
- Línea Directa ha actualizado además su emblemático logo, que se sustituye por una nueva versión simplificada, sin el ratón de ordenador y con la que el Grupo refleja el reconocimiento y liderazgo alcanzado desde su creación.

Madrid, 19 de febrero de 2025.- [Línea Directa Aseguradora](#), una de las principales compañías de seguros del país, ha consolidado su marca, Línea Directa, como una de las de mayor notoriedad publicitaria del mercado asegurador español. A ello ha contribuido el alto recuerdo alcanzado entre el público por su logotipo del teléfono rojo, así como su **reconocible fonotipo**. Apoyándose en esa iconicidad y coincidiendo con su 30 aniversario, la compañía ha lanzado una nueva campaña publicitaria, llamada “Tirí Tirí Tirí” y que tiene como eje central la representación gráfica y hablada de su identidad sonora, una de las más reconocidas en España.

El objetivo de esta campaña transmedia, con presencia en exterior, televisión, radio y social media y en la que Línea Directa ha contado con PS21, la nueva agencia creativa con la que trabaja la compañía desde el pasado mes de diciembre, es **potenciar la consideración de la marca apoyándose en el posicionamiento alcanzado por el logo sonoro** de Línea Directa en el imaginario colectivo. Además, la aseguradora busca reforzar el conocimiento de su **oferta multiproducto, alta calidad de servicio, precios competitivos y liderazgo**.

Para ello, la compañía desplegó el pasado 14 de febrero una gran lona roja en un edificio ubicado en el entorno de la Puerta de Alcalá de Madrid solo con el mensaje “Tirí Tirí Tirí. ¿Te suena?”. Esta acción **teaser**, que apela precisamente al recuerdo del público, ha estado dirigida a atraer la atención y generar expectación y conversación, involucrando de esta manera al espectador. También ha tenido su **despliegue en medios masivos** (radio, televisión y medios digitales) y se **ha contado con varios influencers y creadores de**

contenido, que han participado en el lanzamiento del teaser, generando una importante corriente de conversación en el entorno del social media, especialmente Instagram y Tik Tok.

Hoy, Línea Directa ha revelado estar detrás de ese prelanzamiento, al añadir el logotipo y el nombre de la compañía tanto en esa lona como en los anuncios en televisión y radio y el resto de los contenidos de la campaña en los canales digitales.

A partir de este 19 de febrero, el mensaje de la campaña evoluciona a **“Tirí Tirí Tirí. Te suena, seguro. Lo que igual no te suena tanto es todo lo que aseguramos”** y sus distintas declinaciones. Con ello, la compañía resaltarà su **amplio catálogo de seguros para particulares, autónomos y pymes**, formado actualmente por pólizas de coches, motos, vehículos profesionales, hogar, salud (para particulares y colectivos), mascotas, vehículos de movilidad personal y de protección frente a la ocupación de la vivienda.

Nuevo logo: simplicidad y reconocimiento

Coincidiendo con el lanzamiento de la nueva campaña y la conmemoración en este 2025 del 30 aniversario de la creación de la compañía, Línea Directa Aseguradora ha actualizado su icónico logotipo, presentando una **nueva versión que apuesta por la sencillez y el equilibrio**.

El nuevo emblema de Línea Directa **mantiene el teléfono rojo como elemento central** y el nombre de la marca con igual tipografía que hasta ahora, y prescinde del ratón de ordenador, añadido en 2006 para evocar la dimensión digital de la entidad, ahora implícita en la propia marca. Mediante esta evolución, el Grupo refleja el reconocimiento alcanzado a lo largo de estos años, en los que el teléfono rojo ha trascendido al propio objeto que representa y se ha consolidado como el elemento que **representa en sí mismo a la marca, su modelo de negocio, su liderazgo y sus valores**.

En palabras de **Antonio Valor, Director de Marketing de Línea Directa Aseguradora**, “iniciamos una nueva etapa comunicativa en la que queremos impulsar la consideración tanto de nuestra marca líder, que para Línea Directa es un activo estratégico por su enorme iconicidad y el alto reconocimiento que ha alcanzado por calidad, precio y liderazgo, como de nuestra propuesta de valor, con la que queremos ser la aseguradora de referencia de particulares, autónomos y pymes”.

Sobre Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora es en la actualidad una de las principales aseguradoras de automóviles de España, y está especializada en la venta directa de seguros de coches, motos, empresas y autónomos, hogar y salud. Línea Directa está entre las 100 empresas españolas con mejor reputación, según el ranking MERCO Empresas.

Para **más información**: <https://www.lineadirectaaseguradora.com/>

Santiago Velázquez – 682 196 953
santiago.velazquez@lineadirecta.es

Moncho Veloso – 660 124 101
moncho.veloso@lineadirecta.es

Síguenos en:

