

LÍNEA DIRECTA SORPRENDE CON UNA CAMPAÑA POR EL ESTRENO DE *MIÉRCOLES* PARA DESTACAR SU OFERTA MULTIPRODUCTO

- En una colaboración con Netflix con motivo del estreno de la segunda temporada de *Miércoles*, Línea Directa Aseguradora lanza una campaña publicitaria que destaca la tranquilidad que ofrece a los clientes gracias a su oferta multiproducto de seguros y la calidad de su servicio.
- En clave de humor, la compañía hace un paralelismo entre la seguridad que Línea Directa aporta a sus clientes en el mundo real a través de su amplio catálogo de coberturas y cómo estas llegarían a cubrir los divertidos percances que suceden en el universo ficticio de Nevermore.
- Con esta nueva campaña transmedia, la entidad busca asimismo potenciar la notoriedad y consideración de marca.
- El inicio ha tenido lugar con el despliegue de una gran lona en el centro de Madrid y una estrategia de *influencers* en redes sociales. A esta activación le seguirá el resto de la campaña en televisión, radio, exterior y digital. En las creatividades, Línea Directa y el personaje “Tipo Directo” se sirven de escenas y la iconografía de la serie *Miércoles* para poner en valor, de forma divertida, las coberturas, la calidad y la innovación de la compañía en todos sus productos.

Madrid, 7 de julio de 2025.- [Línea Directa Aseguradora](#) estrena una nueva campaña de publicidad en colaboración con Netflix con una idea creativa sorprendente. La entidad se ha unido al servicio de *streaming* en el estreno de la segunda temporada de la exitosa serie *Miércoles*, que narra las aventuras de la familia Addams, para **contar, de forma original y a través del humor, la tranquilidad que ofrece a los clientes gracias a su amplia oferta de seguros y la calidad de su servicio.**

La campaña establece un **divertido paralelismo entre la seguridad que ofrece Línea Directa a sus clientes en el mundo real**, y la que aportaría precisamente a través de su extenso catálogo de seguros generales en el universo ficticio de Nevermore. Un lugar donde un seguro resultaría todavía más imprescindible por los percances provocados por sus personajes en cada episodio.

A partir de esa idea central, y a lo largo de las diferentes creatividades, Línea Directa entrelaza elementos de la serie y situaciones que viven *Miércoles*, *Morticia*, *Gómez*, *Cosa* y otros personajes de la serie, con las soluciones reales que ofrece la entidad como compañía de seguros de automóvil, moto, hogar, salud, mascotas y multirriesgo negocios.

Con ello, Línea Directa destaca su compromiso con la protección, la tranquilidad y la confianza de sus clientes. En este sentido, el eslogan de la campaña, **“La aseguradora favorita entre nuestros clientes”**, apela a la alta consideración que Línea Directa, según los trackings de marca de la entidad, tiene entre los asegurados por su oferta completa de seguros, buen precio y alta calidad de servicio.

La colaboración entre Línea Directa y Netflix para el lanzamiento de la segunda temporada de **Miércoles, la serie de habla inglesa más popular en la historia de Netflix**, es el primer acuerdo publicitario de este tipo entre el servicio de *streaming* y una compañía de seguros en España.

La activación de la campaña se ha iniciado este 7 de julio con el despliegue de una **gran lona** en un edificio en la calle Alcalá de Madrid. Esta acción, que busca atraer la atención del público, se ha reforzado con el **uso de influencers** con el fin de generar conversación en redes sociales, así como de dinámicas también en digital que buscan involucrar y hacer partícipe a la audiencia.

Posteriormente, el 13 de julio, tendrá lugar un gran **despliegue en medios masivos** (televisión, radio, exterior y medios digitales). A través de las diferentes inserciones en estos canales, que juegan con la combinación de la iconografía propia de serie *Miércoles* y la de Línea Directa Aseguradora, la compañía resaltarán su **amplio catálogo de seguros y coberturas** para coches, motos, hogar y mascotas, entre otros. Para ello, el “Tipo Directo”, el personaje o *fluent device* presente en las campañas de publicidad de la marca desde 2024, se convierte en el protagonista de varias escenas de la serie *Miércoles* para explicar las amplias coberturas que ofrece Línea Directa.

Tras el éxito alcanzado con su icónico fonotipo, “Tirí Tirí Tirí”, con esta nueva **campaña transmedia**, con presencia en exterior, televisión, radio, digital y social media y que supone el tercer trabajo de PS21 (Jungle) como agencia creativa de Línea Directa, la aseguradora busca **potenciar aún más su notoriedad y consideración**, sorprendiendo a la audiencia con esta alianza única.

En palabras de **Antonio Valor, Director de Marketing de Línea Directa Aseguradora**, “con esta nueva campaña damos un paso más en nuestra apuesta por la innovación y la disrupción también en el terreno de la publicidad, con la finalidad de llevar a cabo estrategias de marketing diferenciales y de gran alcance que nos permiten impulsar la notoriedad y consideración de nuestra marca líder y destacar nuestra oferta completa de seguros y alta calidad de servicio”.

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, salud, mascotas y multirriesgo negocios. Línea Directa está entre las 100 empresas españolas con mejor reputación, según el ránking MERCO Empresas.

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

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

Leticia Poveda – 659 639 022
leticia.poveda@lineadirecta.es

Síguenos en:      