

## Vivaz lanza su nueva campaña publicitaria dirigida por Daniel Sánchez Arévalo, regala dos meses de seguro médico a los nuevos clientes y ofrece un avanzado servicio de telefarmacia

- Vivaz, la marca del ramo de salud del grupo Línea Directa, lanza una nueva campaña publicitaria dirigida por el director y guionista Daniel Sánchez Arévalo y se posiciona como el seguro de salud que ofrece acceso directo a los mejores especialistas médicos, pruebas, hospitales y un avanzado servicio de telefarmacia al mejor precio.
- Vivaz, consciente del contexto inflacionario y del interés creciente en España por contar con asistencia sanitaria ágil, complementaria a la Sanidad Pública, ofrece a los nuevos clientes un seguro médico a un precio muy competitivo (desde 15,90 €/mes) y regala dos mensualidades a los nuevos asegurados.
- Bajo el título de “Todos tenemos un hipocondríaco dentro”, la marca presenta el concepto creativo de los nuevos spots de la campaña publicitaria haciendo referencia a la figura del hipocondriaco que todos llevamos dentro como vehículo comunicativo para acercar el seguro de salud a todos los usuarios, con un tono empático y de humor.

*Madrid, 12 de septiembre de 2022.* Vivaz, la marca del ramo de salud del grupo Línea Directa, estrena campaña de publicidad bajo el título “Todos tenemos un hipocondríaco dentro” dirigida por el guionista **Daniel Sánchez Arévalo**, quien ha sido galardonado con un Goya al mejor director novel, entre otros, ha dirigido películas como “Azul oscuro casi negro” (2006), “Primos” (2011) o “La gran familia española” (2013) y está a punto de estrenar su primera serie “Las últimas de la fila” en la plataforma Netflix. Esta nueva campaña publicitaria de Vivaz ha sido realizada en colaboración con la agencia Sioux & Cyranos.

Vivaz, consciente del contexto inflacionario y del interés creciente en España por contar con asistencia sanitaria ágil, complementaria a la Sanidad Pública, ofrece los mejores médicos especialistas, pruebas diagnósticas avanzadas, rapidez y comodidad. Por ello, lanza **una nueva oferta comercial de un seguro médico a un precio muy competitivo (desde 15,90 €/mes) y regala dos mensualidades a los nuevos asegurados.**

La campaña, que contará con una serie de diferentes spots, reforzará el mensaje de que Vivaz es el seguro de salud que ofrece acceso directo a los mejores especialistas médicos, pruebas, hospitales y un avanzado servicio de telefarmacia, al mejor precio.

Este **servicio pionero de telefarmacia** permite que, desde **Vivaz**, se recojan los medicamentos en la farmacia y se hagan llegar a la casa del asegurado cuando lo necesite. De esta manera, junto con la receta electrónica y la telemedicina que ya se venía ofreciendo, este seguro de salud ofrece un servicio integral al cliente y 100% digital.

Esta serie de anuncios se enmarcan en la nueva estrategia publicitaria del Grupo Línea Directa alineando ahora su marca de salud, **Vivaz**, al mismo *claim* 'El valor de ser directo' en la que pone el foco en el cliente y destaca el valor de la solidez, las coberturas innovadoras y el excelente servicio que como gran grupo asegurador multirrama ofrece en todas sus líneas de negocio (Motor, Hogar y Salud).

El punto de partida de la nueva campaña de Vivaz es que todas las personas necesitan hacerse chequeos médicos periódicos, de manera preventiva, para vigilar la salud y evitar preocupaciones derivadas del autodiagnóstico. Los anuncios muestran situaciones simpáticas con las que el espectador se sienta identificado, como buscar cualquier dolencia en Internet para encontrar la respuesta en vez de visitar al médico o especialista. Para ello, **Vivaz acude a la figura del hipocondriaco que todos llevamos dentro como vehículo comunicativo para acercar el seguro de salud a todos los usuarios, con un tono empático y de humor.**

Esta nueva campaña publicitaria mantiene el característico tono de humor y el carácter disruptivo de Línea Directa Aseguradora. A estos dos primeros anuncios le seguirán nuevas versiones en las próximas semanas, con más situaciones graciosas y simpáticas, en los que se dará continuidad a la hipocondría como gancho creativo.

En palabras de **Antonio Valor, Director de Marketing del Grupo Línea Directa**, “con esta nueva campaña de Vivaz reforzamos nuestra personalidad de marca y acercamos el seguro de salud a todas las personas en un momento económico tan difícil como el actual. Es una publicidad que mantiene nuestros principales valores: calidad de servicio, buen precio y un cuadro médico excelente. También queremos hacer hincapié en la importancia de los chequeos médicos periódicos de los clientes. Pero, asimismo, concienciar también sobre el peligro del autodiagnóstico y de lo fácil que es, en su lugar, ir al médico con un seguro como el de Vivaz”.

### **Sobre Vivaz**

**Vivaz** es la marca del Ramo de Salud de **Línea Directa Aseguradora S.A.** Un seguro de salud innovador, fácil de gestionar y con una excelente relación calidad-precio, que se centra en el cuidado integral de la salud de sus asegurados. Cuenta con un cuadro médico formado por 30.000 profesionales y 1.000 centros sanitarios. Además, es el primer seguro de salud que recompensa a sus clientes por llevar un estilo más saludable con descuentos directos en la póliza, así como con otros regalos en su *marketplace*.

### **Para más información:**

**Departamento de Comunicación Externa**  
**Santiago Velázquez**  
Tel.: 682 196 953  
santiago.velazquez@vivaz.com

**Leticia Poveda**  
Tel.: 659 63 90 22  
leticia.poveda@lineadirecta.es

[www.vivaz.com](http://www.vivaz.com)

