

Madrid, 23 de enero de 2025

Mediaset España y Reale Seguros renuevan su alianza en favor de la Cultura con Impacto con Carlos Sobera y Alba Lago como embajadores

El grupo, a través de la iniciativa de comunicación social empresarial Valor Mediaset España, y la compañía de seguros, potencian por segundo año la visibilidad de los proyectos e iniciativas culturales con los que la aseguradora colabora a través de Reale Foundation, capaces de transformar la sociedad en ámbitos como la salud y el bienestar, la inclusión y el empleo.

Cinco nuevos spots protagonizados por ambos presentadores y diferentes contenidos editoriales que serán emitidos en los informativos y los principales programas de actualidad de Telecinco y Cuatro y en sus soportes digitales, integran la campaña presentada hoy en torno a Cultura con Impacto, proyecto con el que Reale Seguros trabaja en la mejora de vida de las personas a través de la cultura.

Reale Seguros ha ampliado a lo largo del último año sus acuerdos de colaboración con asociaciones sin ánimo de lucro y otras instituciones del país relacionadas con la cultura, con el objetivo de potenciar su impacto positivo en la sociedad y de favorecer el acceso global a la misma en condiciones de igualdad.

Mediaset España, a través de su iniciativa de comunicación social empresarial **Valor Mediaset España**, y **Reale Seguros** han renovado su alianza con una nueva campaña en torno a **Cultura con Impacto** (www.culturaconimpacto.es), herramienta de desarrollo social de la compañía de seguros que tiene como objetivo **cambiar y mejorar la vida de las personas a través de la cultura en tres ámbitos: la creación de empleo y el desarrollo del talento, la salud y el bienestar y la inclusión social.**

Carlos Sobera y Alba Lago son nuevamente los **embajadores y protagonistas de cinco nuevos spots** que integran esta campaña, en los que ponen en valor el **impacto positivo de la cultura en la sociedad y su importantísimo papel como motor de cambio y de progreso** por su capacidad para transformar la sociedad a través del impulso del talento y la generación de puestos de trabajo, de la mejora en la salud física y mental de las personas y el fomento de la inclusión social.

La campaña destaca, además, el **firme compromiso de Cultura con Impacto con el entorno y las comunidades en las que opera** y que crece año tras año con **nuevos acuerdos de colaboración con asociaciones sin ánimo de lucro e instituciones** de todo el país, para favorecer el **acceso global a la cultura en condiciones de igualdad** para todas las personas, independientemente de su género, edad o condición.

Además, Reale Seguros **acerca la cultura y sus beneficios a lugares a los que suele tener más dificultades para llegar**, como barrios desfavorecidos, áreas en riesgo de despoblación, hospitales y centros penitenciarios, entre otros.

Cinco spots y contenidos editoriales para potenciar el alcance de Cultura con Impacto

A través de Valor Mediaset España, el grupo se convierte por segundo año en *mediapartner* del proyecto Cultura con Impacto de Reale Seguros con **cinco nuevos spots**: dos de ellos abordan el objetivo central que persigue el proyecto y recorren las diferentes iniciativas culturales con las que la compañía colabora actualmente; y tres más centrados en sus diferentes ámbitos de actuación.

Más allá de la emisión de estos cinco spots, las ediciones de Informativos Telecinco y Noticias Cuatro y los programas de actualidad en directo de los dos canales principales del grupo ofrecerán a lo largo de los próximos meses diferentes **contenidos editoriales** para poner en valor el trabajo de Cultura con Impacto. Tanto los spots como estos contenidos estarán presentes también en los **soportes digitales** del grupo.

Cultura con Impacto ha sido reconocido como **finalista en la 14ª edición de los Premios de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador** que organiza INESE, compañía que agrupa a los profesionales del sector asegurador.

Una nueva acción de Valor Mediaset España

Valor Mediaset España es el sello creado por el grupo audiovisual en 2020 para **apoyar a las marcas en sus acciones de comunicación social**, aprovechando su **experiencia de más de 25 años** creando de forma pionera a través de '12 Meses, 12 Causas' campañas de concienciación y sensibilización sobre diferentes asuntos sociales, de salud y medioambientales y la capacidad de un medio como la televisión y sus soportes digitales para llegar al gran público generando reflexión y debate.

Sobre Reale Seguros

Reale Seguros es una compañía aseguradora de referencia en el mercado español, donde está presente desde 1988. Pertenece a Reale Group, cuya empresa matriz, Reale Mutua Assicurazioni, con casi dos siglos de historia, es la mayor aseguradora italiana en forma de mutua. Reale Group, constituida por trece compañías del sector seguros, banca, finanzas, inmobiliaria y servicios, está presente en España, Italia, Grecia y Chile, emplea a más de 4.000 personas y asegura a casi 5 millones de clientes.

En España, Reale Seguros apuesta por la cercanía con el cliente a través de 54 sucursales, más de 415 agencias y 3.500 colaboradores que dan servicio a más de 2 millones de clientes.

Sobre Reale Foundation

La responsabilidad y el compromiso de Reale Seguros con la sociedad se ven reflejadas en [Reale Foundation](#). Una entidad de carácter fundacional, sin ánimo de lucro, que nace como fundación corporativa de Reale Group en 2018 y que surge de la experiencia de los 20 años de la Fundación Reale en España.

Reale Foundation, impulsa iniciativas en los cuatro países donde el grupo opera: Italia, España, Chile y Grecia, a través de tres áreas prioritarias de intervención: Salud y Bienestar, Inclusión y Desarrollo Social, Medioambiente y Comunidades Sostenibles.