

Generali lance une nouvelle plateforme de marque mondiale et une campagne publicitaire intitulée « *Ici et Maintenant* ».

Pour renforcer l'engagement du Groupe en tant que « *Lifetime Partner* » et célébrer la passion et l'implication des 165 000 conseillers de son réseau mondial qui tissent le lien avec ses 71 millions de clients, Generali lance une nouvelle plateforme de marque et une nouvelle campagne publicitaire à l'échelle mondiale intitulée dans sa version française « *Ici et Maintenant* » (« *Here. Now.* » dans sa version internationale).



Cette nouvelle signature de campagne « *Ici et Maintenant* » illustre la volonté de Generali d'être un partenaire de confiance qui répond présent à tous les niveaux de contacts : expérience clients, propositions de valeur dans le conseil, lien avec ses collaborateurs et conseillers... Cette campagne a été déclinée en local grâce à l'utilisation de la data et d'une puissante plateforme d'Intelligence Artificielle pour s'adapter aux différents marchés, aux langues et aux canaux de diffusion, dans le respect du principe créatif original.

Alors que notre époque est marquée par l'instabilité économique et géopolitique, le réchauffement climatique et les révolutions technologiques, le futur est plus que jamais perçu comme instable pour les consommateurs. Avec ce message universel « *Here. Now. / Ici et Maintenant* », Generali se positionne dans le moment et l'instant présent au service de ses clients : prévention, protection, assistance. A chaque fois que se joue le futur de ses clients, Generali écoute, comprend et agit. **Isabelle Conner, Chief Marketing & Customer Officer du Groupe Generali**, déclare : « *Notre nouvelle plateforme de marque reflète l'engagement de Generali à être présent à chaque instant qui compte. Bien plus qu'une campagne publicitaire, c'est notre promesse d'écouter, de comprendre et d'agir au service de leurs attentes. Grâce à la technologie, les déclinaisons locales de cette campagne ont été adaptées à chaque marché. Cette nouvelle plateforme est en résonance parfaite avec notre ambition « Lifetime Partner 27 ».*

La campagne a été développée par VML, agence créative de premier plan qui combine l'expérience de marque avec l'expérience clients, le commerce et les solutions d'entreprise, créant ainsi des marques connectées et au service de la croissance. Cette campagne rompt avec l'approche traditionnelle des codes publicitaires de l'assurance qui a tendance à évoquer des scénarios de vie dans un futur lointain, en illustrant au contraire que l'avenir se construit dans le présent pour Generali. La production a été imaginée pour créer une connivence émotionnelle, apporter de l'authenticité et le fameux soundtrack « *Right here, right now* » de Fat Boy Slim vient rythmer et appuyer le message.

Lancée dans près de 14 pays (Italie, France, Espagne, Autriche, Allemagne, République tchèque, Slovaquie, Hongrie, Pologne, Grèce, Slovaquie, Serbie, Portugal et Vietnam), cette campagne est diffusée en télévision, affichage extérieur, affichage numérique extérieur, réseaux sociaux, plateformes numériques, cinéma et presse écrite. **En France : diffusion depuis mi-avril en TV hertzienne / TNT/Cabsat, cinéma, affichage classique sur le réseau JC Decaux en national, complété par un dispositif Digital OOH en gares et dans les transports en commun ainsi que sur les plateformes digitales TV, Youtube et Meta.** [Lien vers le spot](#)

À propos de Generali France

Generali France est aujourd'hui l'un des principaux assureurs et gestionnaire d'actifs de l'Hexagone avec un chiffre d'affaires de 19,2 milliards d'euros en 2024 et propose à ses 8 millions de clients particuliers, professionnels et entreprises, une offre complète de solutions d'assurances (santé, prévoyance, assistance, biens et responsabilité), d'épargne patrimoniale et de gestion d'actifs. Implanté en France depuis 1832, Generali France s'appuie sur le savoir-faire et l'expertise de ses 9 300 collaborateurs, agents généraux et salariés d'agences ainsi que de ses réseaux de courtiers et intermédiaires. Sa vision : être le partenaire de ses clients et de ses distributeurs tout au long de leur vie. Entreprise engagée, Generali France met la durabilité au cœur de sa stratégie avec pour ambition d'être un assureur, un investisseur, un distributeur, un employeur et un citoyen responsable, en particulier au travers de sa fondation The Human Safety Net. Plus d'informations sur [generalif.fr](https://www.generalif.fr)

Contact Presse : Julie Terzulli – julie.terzulli@generalif.com – Tel : 06 69 33 28 85