



Communiqué de presse,
Paris, le 18 novembre 2024

Campagne « Urban Doggy Fit » :
Generali, DENTSU CREATIVE et dentsu X détournent le mobilier urbain
pour encourager l'activité physique des chiens en ville,
avec le soutien de la SPA



Il n'y a pas que les citoyens qui peuvent se sentir à l'étroit en centre-ville, ce phénomène touche aussi nos fidèles compagnons.

Plus que jamais, nos villes manquent cruellement d'espaces dédiés à l'exercice des chiens. On en veut pour preuve Paris. Avec plus de 300 000 chiens sur 105 km², la capitale affiche une densité de 2 857 toutous au km², ce qui en fait la ville avec la plus grande densité de chiens au kilomètre carré au monde* ! Pourtant, on compte moins d'une dizaine de caniparcs à Paris. Et ce n'est pas sans conséquence sur la santé des chiens citadins puisque 40%** d'entre eux sont aujourd'hui en surpoids.

Generali, en partenariat avec dentsu et avec le soutien de la SPA, a décidé de prendre ce problème de santé publique animale à bras le corps en lançant “Urban Doggy Fit”. Un programme d’entraînement sportif innovant, accessible à tous les chiens, qui détourne le mobilier urbain présent dans toutes les villes de France.

« Pourquoi se contenter d’un minuscule caniparc – bien souvent situé loin de chez soi - pour que son chien se dépense quand on peut utiliser les bancs, les poteaux, les marches, les lampadaires, les pentes qui sont tout autour de nous ? » commente Damien Lebreuilly, Directeur de Création Adjoint de l’agence DENTSU CREATIVE.

Grâce à une série de tutoriels vidéo réalisés en collaboration avec Nature de Chien, expert canin et le pôle soins de la SPA, Generali change notre regard sur la ville en permettant à chaque propriétaire de faire de sa ville, la plus grande salle de sport à ciel ouvert pour chiens.

Ainsi, les bancs deviennent des appareils de fitness pour faire du « cani-squat », les marches des appareils pour faire du « cani-gainage », etc. Autant de tutoriels qui ciblent différentes parties du corps du chien et aideront à prévenir les problèmes de surpoids et à préserver la santé des animaux.



Comme l'explique Adelin Pyfferoën, Head of brand chez Generali France : « L'année dernière, nous avons sensibilisé les propriétaires de chiens à l'arrêt cardiorespiratoire grâce à un tuto qui présentait les gestes de premiers secours à prodiguer à son animal. Cette année, nous allons plus loin : on s'attaque à un vrai phénomène de santé : le surpoids. En fonction de la race et des pathologies, certains chiens peuvent avoir besoin de plusieurs heures d'exercice par jour. Et dans les grandes agglomérations, c'est difficile de trouver l'espace nécessaire. Cette opération de prévention permet de sensibiliser les propriétaires de chiens et de leur donner les clés pour maintenir en forme leur animal, avec des exercices ludiques et utiles, mais aussi d'asseoir notre rôle d'assureur qui accompagne ses clients dans toutes leurs vies, même celles de leurs animaux de compagnie. »



Déploiement de la campagne :

Un dispositif minutieusement orchestré par dentsu X, avec un plan média d'envergure nationale, vient appuyer la diffusion des vidéos pédagogiques sur les réseaux sociaux :

- Une campagne d'affichage publicitaire nationale au cœur des villes.
- La transformation éphémère d'un abribus JCDécaux en véritable salle de sport urbaine pour chiens.
- Des contenus social media et des partenariats influence seront publiés sur les réseaux Generali.

Cette campagne intégrée débutera la semaine du 18 novembre.

Lien vers la page de l'opération : <https://www.generali.fr/urban-doggy-fit/>

Sources

* <https://protectmypaws.com/best-cities-for-dog-lovers-in-the-world/>

** i-cad – Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire -2024

FICHE TECHNIQUE :

Annonceur : Generali France

Rodolphe Pachot : Directeur marketing et digital
Adelin Pyfferoën : Responsable de la marque
Christelle Baron : Responsable pub et media
Justine Malet : Content strategist & UX writer
Olivier Fraisse : Social Media Lead
Julie Terzulli : Responsable relations médias et e-réputation
Eric Maillard : Responsable communication
Malika Bizet : Assistante pub et media

Agence de création : DENTSU CREATIVE

Nathaël Duboc : CEO
Sebastien Zanini : CCO
Amélie Ozouf : Directrice Générale Adjointe
Michel Kowalski : Directeur Général Adjoint
Alexandra Servant-Rony : Chief Strategy Officer, DGA
Damien Lebreuilly : Directeur de Création Adjoint
Allan Huon : Directeur de Création Adjoint
Charlotte Turquois : Directrice Artistique
Manon Boutleux : Directrice Artistique
Ilu Shilpakar-Sancha : Directrice Artistique
Sacha Baroukh : Concepteur-rédacteur
Thomas Dolléans : Directeur Conseil
Thibault Hamon : Directeur Clientèle
Sofiya Volpert : Cheffe de Projet
Frederic Cally : Planneur Stratégique Senior
Zoe Delmere : Planneuse Stratégique
Marine Petitfrere : Head of production
Lou-Annah Bianchi : Cheffe de Projet Production

Agence media : dentsu X

Véronique Margerit : CEO
Jenny Monteiro : Directrice Générale Adjointe
Caroline De Abreu : Directrice Conseil
Elouan Vegeant : Directeur de Clientèle
Hassan Zaheg : Consultant Media
Baptiste Gallais : Assistant Consultant Media
Mathieu Delattre : Directeur Affichage
Raynald Pina : Directeur Conseil Affichage

Production : Les Improductibles

Marine Assouline : Productrice
Baudoin Du Sartel : Directeur de production
Mina (Attitude) : Photographe
Remy Doan Nguyen : Réalisateur

Selma Campion : Assistante de production
Thomas Delon : Retoucheur
Sofiane Balland : Monteur

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 15,5 milliards d'euros en 2023 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 [generali.fr](https://www.generali.fr)
Suivez notre actualité sur [X](#)

Contact presse Generali

Eric Maillard | Responsable Communication | eric.maillard@generali.com

A propos de la SPA :

Créée en 1845, la SPA est la première association de protection animale en France. Labellisée « Don en confiance » depuis 2016, elle s'appuie sur 179 ans d'expérience et sur l'engagement de ses 5.000 bénévoles et 750 salariés. La SPA agit au sein d'un réseau de 64 refuges, pour sauver, accueillir et faire adopter les animaux abandonnés et maltraités. L'association gère également 12 dispensaires pour soigner les animaux des propriétaires les plus démunis. En 2023, près de 45.000 animaux ont été recueillis, près de 28.000 signalements de maltraitance ont été traités et plus de 100.000 animaux ont été soignés dans les structures de la SPA.

Plus d'informations sur [la-spa.fr](https://www.la-spa.fr)

À propos de DENTSU CREATIVE :

DENTSU CREATIVE accompagne la croissance des marques et des entreprises grâce au pouvoir de la Créativité transformative qui a un impact sur la Culture, le business et la société. L'agence créative du groupe dentsu est dirigée en France par son CEO, Nathaël Duboc. Elle rassemble 100 experts créatifs basés à Paris : planneurs stratégiques, créatifs, conseil, experts social et influence, tech, CRM, data, event, capables d'adresser des problématiques BtoC, BtoB, Corporate, des cibles niches comme au grand public. Une équipe qui s'imbrique parfaitement avec les équipes média du groupe dentsu. Parmi ses clients figurent notamment l'armée de Terre, Flying Blue (Air France / KLM), Midas, Generali, Jardiland, Stihl, Zeiss, Durex, La Banque Postale, Amplifon, ecosystem, IVECO, HP...

DENTSU CREATIVE, réseau de création mondial, a été créé en juin 2022 afin de répondre à un besoin client de simplicité et constitue l'unique agence de création du groupe dentsu international.

Contact Presse DENTSU CREATIVE

Carine DEVOS | 06 14 37 11 13 | carine.devos@dentsu.com

À propos de dentsu X :

Dentsu X est l'agence média de l'expérience, lancée en 2018 par le groupe dentsu. Elle se distingue par son approche inédite centrée sur l'identification et l'appréhension des motivations consommateurs pour garantir la meilleure expérience entre

les marques et leurs cibles de communication. Grâce à une expertise forte en data, en technologie et des outils uniques, dentsu X accompagne les marques dans la création de solutions de communication intégrées et personnalisées qui répondent à la demande des consommateurs tout au long du parcours d'achat.

Dentsu X dispose de 29 bureaux répartis sur 17 marchés avec plus de 1500 experts dans le monde.

www.dxglobal.com

A propos de dentsu France :

Fondé en 1901 à Tokyo et présent dans plus de 110 pays, dentsu figure parmi les 5 premiers groupes de communication au monde. Sous la direction de Pierre Calmard, la branche française du groupe compte plus de 900 collaborateurs à Paris et en régions et accompagne plus de 350 clients.

Créateur d'écosystèmes communicationnels intégrés, nourris par les technologies et la data, dentsu repousse les limites de l'innovation au service de la croissance harmonieuse, transformatrice et durable des marques.

Agile et sans silo, le groupe fonde sa valeur sur un portefeuille d'expertises end-to-end, du media à la création, en passant par le CXM. Dentsu se compose de 3 agences médias (iProspect, Carat, dentsu X), d'une agence de création (Dentsu Creative), et d'expertises transverses (dentsu insights, dentsu trading, dentsu public etc.).

Dentsu France, en tant que premier groupe de communication français à mission, s'engage à "choisir de concevoir la communication comme un vecteur d'harmonie sociale et environnementale" afin de pérenniser un modèle publicitaire à impact, réconciliant transformation business (BX) et responsabilité.

dentsu, Innovating to Impact.

Contact dentsu communication groupe & agences :

Gregory Guyot | communication dentsu france | Gregory.guyot@dentsu.com | communication@dentsu.com