

Lancement de la nouvelle campagne de marque employeur de Generali

- Conçue sur la base d'entretiens avec 60 collaborateurs et managers de l'entreprise pour garantir un socle authentique des forces de l'entreprise mises en avant.
- S'appuie sur cinq caractéristiques fortes de la culture Generali : bienveillant et humain, cultivateur d'expertises, engagé au cœur de la société, prêt pour l'avenir et responsabilisant
- Incarnée par cinq collaborateurs pour illustrer de façon concrète ce qui fait la force et la spécificité de Generali au sein de sa nouvelle campagne de marque employeur « L'assurance de faire la différence » lancée ce jour
- Portée par l'ensemble des collaborateurs sur les médias sociaux et notamment sur la nouvelle page LinkedIn de Generali France.

Le lancement de la campagne de marque employeur « L'assurance de faire la différence » s'inscrit dans l'ambition pour Generali d'être le partenaire de vie de ses clients tout au long de leur vie en s'appuyant sur l'expertise et l'engagement de ses talents.

Être un « assureur Lifetime Partner », c'est d'abord être un « employeur Lifetime Partner » en s'engageant à offrir à chacun :

- un environnement de travail permettant de s'épanouir et se projeter,
- un accompagnement pour libérer son potentiel et développer son employabilité,
- l'opportunité d'être fier de ce que nous contribuons à accomplir au quotidien et de l'impact positif que nous générons,
- valoriser nos différences et en faire une force,
- évoluer au contact de cultures diverses sur des projets transversaux et internationaux au sein d'un groupe présent dans 50 pays.

« Notre campagne de marque employeur a été co-construite dans le cadre de groupes de travail transversaux », commente Sylvie Peretti, membre du Comité Exécutif, en charge des Relations Humaines et de l'organisation. « Plus de 60 entretiens auprès des collaborateurs et managers ont été menés pour identifier ce qui nous ressemble et ce qui nous rassemble. Notre objectif ? Aligner notre campagne avec les leviers de fierté et d'engagement de nos collaborateurs ».

Ce lancement bénéficie de la dynamique de la première campagne marque mondiale de Generali lancée en 2020 dont la dernière vague en cours continue de porter les valeurs de proximité et d'engagement auprès des clients.



LES CINQ CARACTERISTIQUES DIFFERENCIANTES DE LA MARQUE EMPLOYEUR

Les collaborateurs de Generali se caractérisent par le fait d'être :

Bienveillants et humains : rejoindre Generali, c'est être porté par une véritable équipe et évoluer au contact de cultures diverses. L'écoute des besoins des collaborateurs et l'adaptation rapide aux évolutions de la société et des modes de travail en sont les caractéristiques principales. Les initiatives volontaristes portant sur la Diversité, l'Equité et l'Inclusion (DEI) constitue de plus un des socles du modèle de performance de Generali qui sait donner sa chance à tous les profils.

Cultivateurs d'expertise : la montée en puissance des collaborateurs est organisée de façon à maintenir l'excellence d'un modèle qui repose sur l'expertise de chacun dans son métier. Cela passe par le recrutement de potentiels, des parcours évolutifs et des outils innovants de formation continue pour soutenir les évolutions. Chaque collaborateur est ainsi accompagné dans la construction de sa performance en contribuant à optimiser son employabilité.

Engagés au cœur de la société : la volonté d'être un assureur, un investisseur, un distributeur et un employeur responsable créé des opportunités de fierté pour chacun et vise à générer un impact positif à la fois individuel et collectif. Le devoir de protection des biens et des personnes propres à l'assureur s'étend pour Generali au-delà de ses clients : avec sa fondation The Human Safety Net, l'entreprise s'affirme comme un acteur largement engagé auprès des plus vulnérables. Le développement des territoires et des PME constitue un autre terrain d'implication majeur pour Generali en contribuant à des programmes ambitieux.

Prêts pour l'avenir : l'innovation est présente dans toutes les dimensions de l'activité de Generali au travers de ses méthodes, son organisation au quotidien, ses offres et choix d'investissement, ses solutions à valeur sociales et environnementales. L'innovation est également portée par des investissements technologiques pour transformer les risques en opportunités et par des partenariats stratégiques pour l'avenir.

Responsabilisants : la prise d'initiative est encouragée grâce à un management basé sur la confiance et l'échange pour valoriser l'engagement. Les équipes sont impliquées dans la définition de la stratégie de l'entreprise. Un environnement de travail stimulant, des objectifs clairs et les clés pour dépasser les difficultés qu'ils peuvent rencontrer permettent aux collaborateurs d'atteindre leurs résultats.

Pourquoi une nouvelle marque employeur ?

Ce sont plus de 1 000 nouveaux collaborateurs qui ont rejoint Generali France en 2022.

Pour les **collaborateurs**, la marque employeur formalise ce qui leur ressemble et les rassemble : la culture d'entreprise, les valeurs, les spécificités et les motivateurs de fierté. En interne, elle constitue ainsi un fil rouge pour continuer à générer l'engagement de tous dans un monde en constante évolution générant de nouvelles attentes.

En **externe**, elle nourrit l'attractivité de l'entreprise auprès de nouveaux talents plus que jamais attentifs aux valeurs de l'organisation qu'ils souhaitent rejoindre. Elle leur permet ainsi de se projeter dans un collectif fondé sur des comportements et une culture qui lui est spécifique. Plus largement, elle contribue face à ses concurrents à renforcer son image, sa réputation et sa notoriété.

UN DISPOSITIF DE LANCEMENT BASE SUR L'INCARNATION

Conçue en collaboration avec l'agence Story Jungle, le lancement de la nouvelle campagne de marque employeur s'attache à mettre en avant nos collaborateurs via une série d'affiches et de vidéos. A compter du 10 janvier 2023 et tous les 15 jours, cinq d'entre eux prennent ainsi la parole pour concrétiser de façon authentique et incarnée chacune des caractéristiques de notre marque employeur.

Teasing de la campagne : <https://www.youtube.com/watch?v=f6Gr7Y5tP54>



Le premier témoignage révélé ce jour est celui de Faïdat, responsable du changement IT : https://www.youtube.com/watch?v=E_ISiTsBCUY&t=1s





Les témoignages de Karim, Laetitia, Guillaume et Malikane seront diffusés jusqu'au 7 mars, d'autres suivront.

Au cours d'un événement interne le 24 janvier, les collaborateurs qui souhaitent s'engager seront invités à partager les vidéos et leurs témoignages sur leurs médias sociaux dans le format de leur choix. Pour l'occasion, la plateforme Sociabble qui réunit la communauté de plus de 1700 ambassadeurs digitaux internes sera mobilisée. Les meilleurs témoignages seront partagés sur les médias sociaux de Generali qui s'enrichissent pour l'occasion d'une toute nouvelle [page LinkedIn France](#).

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 2021 et propose à ses 7,8 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 9 000 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 employeur et un acteur 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 [Twitter](#)

À PROPOS DU GROUPE GENERALI

Generali est l'un des plus grands groupes internationaux d'assurance et de gestion d'actifs. Fondé en 1831, il est implanté dans 50 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 75,8 milliards d'euros en 2021. Avec plus de 75 000 collaborateurs au service de 67 millions de clients à travers le monde, le Groupe occupe une position de leader en Europe et une place croissante en Asie et en Amérique latine. L'ambition de Generali est d'être le partenaire de ses clients tout au long de leur vie, en leur proposant des solutions innovantes et personnalisées et en s'appuyant sur un réseau de distribution inégalé, une expérience client de premier ordre et ses capacités de distribution mondiale digitalisée.

Le Groupe a pleinement intégré le développement durable dans tous ses choix stratégiques, dans le but de créer de la valeur pour toutes les parties prenantes tout en construisant une société plus juste et plus résiliente.

Plus d'informations sur [generali.com](https://www.generali.com)

Suivez notre actualité sur [Twitter](#)