

## Generali déploie la prévention au cœur des festivals, avec We Love Green et Rock en Seine.

Déjà partenaire de Rock en Seine, Generali France étend cette année son engagement dans l'univers des festivals de musique en s'associant, pour la première fois, à un autre événement majeur : We Love Green.

Avec ces deux rendez-vous incontournables qui rythment la saison estivale, **Generali choisit de faire des festivals un terrain d'action privilégié pour la prévention santé et environnementale**, au plus près des usages, des comportements et des réalités vécues par les participants – des moments de vie intenses et collectifs, particulièrement propices à l'attention, à l'expérimentation et à l'adoption de nouveaux réflexes.

### Des expériences de prévention intégrées qui enrichissent l'expérience

Les festivals sont des moments de vie pleinement vécus : des parenthèses intenses où l'on partage des émotions, des découvertes et des expériences collectives qui marquent durablement. À cette occasion, Generali déploie, sur chacun des événements, des activations de prévention conçues comme des dispositifs immersifs, qui enrichissent l'expérience du festival. Inscrite dans la réalité vécue des festivaliers, la prévention devient plus naturelle, plus mémorable et plus efficace.

#### Santé auditive – pour profiter durablement de la musique (We Love Green et Rock en Seine)

La musique est au cœur de l'expérience festivalière. Pour permettre d'en profiter pleinement, aujourd'hui comme demain, Generali déploie des dispositifs dédiés à la santé auditive, intégrés au parcours du festival. En donnant à chacun les clés pour mieux comprendre son exposition au bruit et en encourageant l'adoption de réflexes simples pour protéger son audition, ces actions inscrivent la prévention dans les usages réels. Une approche concrète et accessible, qui renforce le plaisir d'écoute dans la durée.

#### Santé sexuelle – une prévention qui s'ancre dans la réalité vécue (Rock en Seine)

Dans l'espace dédié à la santé sexuelle, l'ambition est de renouveler en profondeur les formats de prévention pour mieux aborder les infections sexuellement transmissibles et le rapport au corps. Dans un contexte de hausse continue des IST depuis le Covid et de perte d'efficacité des messages traditionnels, les expériences proposées visent à sortir des injonctions et de la culpabilisation. Elles permettent à chacun de s'interroger sur son rapport au corps, aux normes et à la protection, pour échanger sur les gestes de prévention.

#### Alcool et drogues – des repères utiles au cœur de l'expérience (Rock en Seine)

Comme d'autres lieux de convivialité et de fête, les festivals peuvent s'inscrire dans des pratiques de consommation d'alcool ou de substances psychoactives. En proposant des actions de prévention visibles, concrètes et immédiatement mobilisables, Generali apporte des repères qui aident les festivaliers à faire des choix éclairés, sans jugement. Une prévention intégrée à l'expérience du festival, qui accompagne les usages réels et trouve ainsi toute sa légitimité... et son efficacité.

#### Green – une approche ludique de la protection de l'environnement (Rock en Seine)

Generali déploie un dispositif interactif pour aborder les enjeux environnementaux de manière ludique et accessible, à travers des quiz invitant à apprendre en s'amusant. Les festivaliers sont ainsi encouragés à mieux comprendre les impacts environnementaux de leurs pratiques du quotidien. Une démarche qui s'inscrit pleinement dans le parcours du festival et se prolonge grâce à la possibilité de gagner des places pour un vol à bord du ballon Generali de Paris, dont une réplique contribue à rendre l'espace visible et identifiable.



## Pourquoi les festivals ? Des moments de vie clés pour ancrer durablement les bons réflexes

Les festivals sont des moments de vie intenses et collectifs, propices à l'attention, à l'expérimentation et à l'adoption de nouveaux réflexes. **Ces événements réunissent des conditions particulièrement favorables** : des publics présents sur un temps long, disponibles, volontaires et immergés dans un climat émotionnel positif, adapté à l'écoute et l'appropriation des messages de prévention (source : « [Mass Gathering Medicine: A Guide to the Medical Management of Large Events](#) » - Cambridge University Press – 2024)

En intégrant la prévention à l'expérience vécue – à travers des dispositifs immersifs, utiles et non moralisateurs – **Generali choisit de renouveler les formats pour redonner de l'impact aux messages et ancrer durablement les bons réflexes.**

« *Chez Generali, nous sommes convaincus que la prévention est plus efficace lorsqu'elle se réinvente et s'ancre dans des moments de vie. Les festivals sont des parenthèses intenses et collectives, où les décisions se prennent en situation réelle et où l'on est plus réceptif, plus engagé. Y inscrire une prévention utile, positive et non moralisatrice permet de créer de la valeur pour les publics et d'ancrer durablement les bons réflexes, en cohérence avec l'esprit même des festivals.* » — **Élise Ginioux**, membre du Comex de Generali France en charge du marketing, de la communication et de la durabilité

## Une approche qui a déjà fait ses preuves

Déployée lors de Rock en Seine 2025, cette approche a rencontré un écho très positif auprès des festivaliers. Les dispositifs, pleinement intégrés au parcours du public, ont favorisé des échanges concrets autour de la prévention et généré un fort engagement, sur le terrain comme sur les réseaux sociaux. Cette expérience confirme un point clé : **la prévention gagne en efficacité lorsqu'elle se vit, s'expérimente et se partage, plutôt que lorsqu'elle se transmet de manière descendante.**

À travers ses partenariats avec Rock en Seine et We Love Green, Generali affirme une ambition claire : être une marque utile, présente là où la vie se vit et où l'engagement a un impact réel.

We Love Green : du 5 au 7 juin 2026 au bois de Vincennes.

Rock en Seine : du 26 au 30 août 2026 au domaine national de Saint Cloud.

Pour plus d'informations : <https://www.generali.fr/institutionnel/nos-engagements/musique/>

### **A 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 19,5 milliards d'euros en 2025 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 [LinkedIn](#)