

GENERATION RESPONSABLE

Brief complet

A propos de Générali :

Generali est aujourd'hui un acteur référent de l'assurance en France
Son développement est construit sur un « modèle à part »

- un professionnalisme, une **créativité et un dynamisme** reconnus
- une **vision humaniste des rapports** dans l'entreprise qui mise sur la confiance et la mobilisation de l'intelligence collective
- **un engagement sur le sujet du développement durable** et de la responsabilité sociale et sociétale

Notre vision : L'avenir ne s'attend pas, il se prépare

Notre mission : Agir de manière responsable et inciter chacun à l'être pour construire tous ensemble un meilleur avenir

Notre métier : Créer des solutions d'assurance innovantes et performantes qui prennent en compte l'évolution des besoins individuels et collectifs

Parce que qu'il semble logique à Generali, dans sa démarche globale en matière de responsabilité, de n'exclure aucune façon de faire bouger les choses, ce positionnement s'accompagne d'un site - à but non lucratif - lancé au 1^{er} semestre 2009 : www.generation-responsable.com.

Ce dispositif s'adresse au citoyen, afin de lui donner les moyens d'agir pour construire avec d'autres un présent et un futur meilleurs ([le manifeste](#)). Ce site internet est en effet pensé pour permettre à chacun de développer un projet, de rencontrer des bénévoles ou d'autres personnes engagées et d'avancer sur le chemin de la responsabilité individuelle et de la solidarité...

Un acteur de référence de l'assurance :

Le 2^{ème} assureur généraliste en France, un réseau de distribution puissant et diversifié, un projet d'entreprise qui mise sur l'intelligence collective (Ambition Generali), une politique sociale de progrès, des engagements concrets en matière de développement durable.

Une forte progression de l'activité et de la rentabilité.

L'activité 2007, + 9 % à 15,5 Md€ : une forte amélioration de la rentabilité, une solidité financière reconnue.

LE THEME DU CONCOURS : GENERATION RESPONSABLE

« Etre homme c'est précisément être responsable, c'est connaître la honte en face d'une misère qui ne semble pas dépendre que de soi, c'est sentir en posant sa pierre que l'on contribue à bâtir le monde »

Antoine de Saint Exupéry, Terre des hommes.

Contexte :

La construction d'une solidarité et d'une citoyenneté mondiales seront nécessairement la conjugaison d'actions au niveau mondial et d'actions au niveau local. C'est au niveau local que chacun a l'impression d'avoir prise sur l'avenir et d'en être acteur. C'est à ce niveau que chacun peut agir et rejoindre cette « génération responsable » sans frontière d'âge ou d'ethnie, où nous sommes tous acteurs et où nos actions ont un sens pour le monde.

Brief :

« Génération Responsable », illustrez en photo et vidéo, ce que vous évoque ce concept, la notion de responsabilité.

De responsabilité...

- au quotidien,
- au niveau de chacun
- liée à une génération d'individus,
- etc.

Comment interpréter ce concept dans le cadre de l'entreprise ?

Est-ce un vecteur de changement pour celle-ci ? pour ses collaborateurs ? les personnes travaillant avec ou pour elle ?

En quoi ce concept peut faire changer les choses ?

Comment interpréter ce concept à l'échelle des différentes population (enfants, ados, seniors).

Visions décalées, visions clin d'œil ou coup de poing, vision poétique ou pragmatique... quelle est votre vision d'une génération responsable ?

VOTRE VIDEO NE DOIT PAS ETRE UNE PUBLICITE MAIS UN FILM OFFRANT VOTRE INTERPRETATION DU CONCEPT

SI VOUS METTEZ DU TEXTE SUR VOS PHOTOS CONSERVEZ UNE VERSION BRUTE (et/ou .psd, .eps, .ai) DE VOTRE IMAGE

CONTRAINTES

- Pas d'imitations ou de caricatures de Zinedine Zidane, ni de parodie de la campagne pub
 - o le manifeste de la campagne [cliquez ici](#)
 - o les vidéos de la campagne [cliquez ici](#)
- Pas de création à vocation publicitaire, vendant un quelconque produit ou concept,
- Pas de logo de Generali ni en carton ni comme support de votre vidéo
- Pas de référence négative avec le monde de la voile

Si vous utilisez une musique, utilisez celles qui sont libres de droits.

DUREE

La durée des vidéos admises au Concours est limitée à 3 minutes.

FORMAT

Envoyez un format web sur Eyeka mais conservez une version non compressée diffusable en cinéma (HD si possible) à remettre à Generali.

Les photographies admises au Concours doivent avoir une résolution d'au moins en 5 mégapixels (2600 x 2000 pixels) en 300 DPI.

DOTATIONS : 5 000 €

Deadline : 15 mars 2009