

Quando la rete fa incontrare la buona volontà

DAL 2009 "GENERATION-RESPONSABLE.COM" ESPRIME L'IMPEGNO SOCIALE DI GENERALI FRANCE.

generation
responsable.com



Questo sito web 2.0 esprime - attraverso il sostegno ai progetti di solidarietà e la sensibilizzazione delle persone - la dinamicità dell'azienda che vive compiutamente il contesto attuale: partecipativo e impegnato a migliorare il futuro.

Gli ultimi dieci anni hanno segnato per Generali France l'inizio dell'impegno per lo **sviluppo sostenibile**, che viene messo al centro di tutte le attività della compagnia: la politica delle risorse umane, la gestione degli attivi, la prevenzione dei rischi e l'offerta di prodotti orientati allo sviluppo sostenibile.

La creazione del sito **generation-responsible.com**

si inserisce in questa logica, per sostenere e valorizzare le migliori iniziative in materia di intervento sociale, inserimento lavorativo, economia solidale, tutela del patrimonio e protezione dell'ambiente.

Il sito utilizza gli strumenti collaborativi del web 2.0 (blog, archivi multimediali, agende condivise) e si rivolge alle associazioni, ai promotori di progetti e a tutti i volontari che vogliono proporsi per iniziative, con la possibilità di essere direttamente contattati. La promozione dei partecipanti e dei progetti si traduce con un'immediata visibilità sul web - tramite la redazione di articoli dell'agenzia di stampa **Reporters d'Espoirs** - e la pubblicazione su diversi supporti (**newsletter**, brochure, banner su web, **Twitter** etc.)

Téléthon



Un sito a supporto del brand

Mentre la baseline di Generali France "generazione responsabile" è stata oggetto di una campagna di comunicazione specifica, il sito generation-responsable.com ha dunque rappresentato concretamente l'impegno sociale ed ha beneficiato di questa leva mediatica. La pubblicazione del Manifesto sulla stampa, la distribuzione mirata di taccuini con il logo del sito e di una campagna email hanno segnato l'inizio del progetto. È seguito l'acquisto di spazi sul web e una campagna istituzionale sui media tradizionali (spot pubblicitari, cartelloni pubblicitari e sequenze televisive) che hanno contribuito a veicolare la nuova baseline.



A oggi il bilancio è incoraggiante, tenuto conto degli aspetti innovativi e del target che talvolta ha poca confidenza con il web e le nuove tecnologie. Il sito festeggia il suo primo compleanno con 200 progetti che coinvolgono 15.000 potenziali volontari. Un risultato tuttavia che non riduce l'ambizione di rispondere sempre meglio ai bisogni dei partecipanti. Infatti il posizionamento migliora e permette un'evoluzione costante dello strumento. In programma, verso la fine di ottobre, un miglioramento dell'usabilità, un aumento della visibilità e l'introduzione di una finalità pedagogica nel mondo web.

Generali France è a fianco dei volontari nell'affermare, con convinzione, il proprio impegno sociale incoraggiando i comportamenti responsabili per limitare i rischi quotidiani. Si tratta di un progetto collettivo, non di un'azione isolata, supportato da un coerente movimento.