

Publicis Groupe en France lance sa Charte d'Engagement pour la Diversité dans la Communication



Paris, le 18 mars 2021

Si Publicis a fait depuis plusieurs années de la transformation RSE un enjeu stratégique majeur, que ce soit avec son programme **No Impact for Big Impact (#NIBI)** sur la responsabilité des métiers de la communication, sa plateforme de contenu RSE **Positive by Publicis** ou par exemple ses **Positive Talks** inspirants, aujourd'hui le groupe en France va encore plus loin dans la prise en compte de ses impacts sociétaux.

L'actualité 2020 a montré à quel point il est clé d'accélérer sur la problématique de l'inclusion. Pour encourager ses clients et ses agences dans une démarche encore plus vertueuse, Publicis Groupe en France lance sa **Charte d'Engagement pour la Diversité dans la Communication**.

« Chez Publicis « Viva La Différence ! » est notre mot d'ordre. Nous sommes convaincus que la communication peut être un moteur d'inclusion. Et nous estimons qu'il est de notre responsabilité de concevoir, avec nos clients, la communication de manière éclairée sur les questions de la diversité en s'assurant qu'elle soit pensée à toutes les étapes du process de création. » déclare Valérie Henaff, Directrice de la Stratégie et de l'Engagement pour Publicis Groupe en France.

Un objectif : ne pas normaliser ni occulter les individualités, mais au contraire les célébrer car c'est dans la diversité que l'on représente le mieux la vraie vie.



Trois engagements pour embarquer de façon plus concrète :

- 1/ Sensibiliser chacun à la diversité
- 2/ Représenter la diversité, plus et mieux
- 3/ Mesurer et progresser

Cet outil, co-construit avec les collaborateurs dans le cadre du programme Diversité/Inclusion interne, fait écho au programme FAIRe de l'UDM sur la communication responsable. Un programme que de nombreux clients du Groupe ont d'ailleurs signé. A noter aussi que cette charte sera partagée avec l'AACC dès la semaine du 22 mars, la problématique étant la même pour l'ensemble des agences, il semblait normal d'en faire profiter le secteur.

« Il était important pour nous de travailler cette charte impulsée par nos collaborateurs en interrogeant nos parties prenantes à la fois internes comme Prodigious par exemple, mais aussi externes comme l'ARPP avec l'aide de Magali Jalade, Directrice des Affaires Publiques et Juridiques ou encore France Télévisions avec l'œil avisé de la Directrice Responsabilité Sociale et Environnementale Marie-Anne Bernard, la problématique de contenus TV rejoignant notre problématique publicitaire » ajoute Caroline Darmon, Directrice RSE de Publicis Groupe en France.

Cette initiative rencontre un réel enthousiasme auprès des premiers clients avec qui le Groupe l'a partagée.

A propos de Publicis Groupe en France - The Power of One

Leader français du marketing, de la communication et de la transformation digitale des entreprises, Publicis Groupe s'appuie sur un modèle unique qui allie créativité, technologie, médias avec au cœur la data. Présent sur toute la chaîne de valeur, du conseil à la création et la production, il met au service de ses clients une organisation transversale, unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises.

Présidé par Agathe Bousquet, Publicis Groupe en France est une Talent company riche de plus de 6 000 talents, répartis dans 26 agences, qui accompagne près de 600 clients.

Publicis Groupe en France est organisé autour des activités de Création (Publicis Conseil, Marcel, Leo Burnett Paris, Saatchi & Saatchi, Publicis Consultants, PublicisLive, Carré noir, Publicis Luxe, Prodigious, Razorfish...), de Media (Publicis Media, Starcom, Zenith, Spark Foundry, Blue449, Performics) de technologie (Publicis Sapient), et de data avec EPSILON, leader mondial du datamarketing, du CRM et de la mass personnalisation.

www.publicisgroupe.com | LinkedIn : Publicis Groupe | Viva la Différence!

Contact presse :

Valérie Rudler - valerie.rudler@publicis.fr - 06 38 51 51 56