

CHARTRE DE MECENAT “Create & Impact”

Les principes d’engagement de Publicis Groupe auprès des communautés.

L’engagement sociétal de Publicis Groupe est historique et significatif compte tenu du nombre de causes soutenues depuis la création du Groupe en 1926. Cela implique le Groupe, le siège et toutes ses filiales et agences dans le monde, afin de contribuer à la vie de la société et auprès des communautés de proximité. Cet engagement est régi de manière décentralisée. Pour mesurer ses impacts positifs, Publicis Groupe a regroupé toutes ces initiatives sous la bannière « **Create & Impact** ».

Depuis fin 2015, la stratégie de Responsabilité Sociale (RSE) de Publicis Groupe intitulée « Creativity & Technology For Good » s’appuie sur les **17 Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies**. Il est important que les causes que nous soutenons répondent à ces enjeux majeurs et participent des solutions à y apporter. A nous ensuite d’y contribuer à travers notre savoir-faire. En 2020, le Groupe a décidé de concentrer ses efforts pour en faveur de la Justice Sociale afin de construire un monde plus inclusif et durable.



1 - Quel type de soutien apportons-nous ?

Le soutien financier, vital pour toutes les institutions et associations œuvrant pour une cause n’est pas la seule forme d’aide efficace : Publicis Groupe et ses agences privilégient clairement des prestations non financières, reposant sur nos savoir-faire :

- D’une part, par la réalisation de campagnes de communication « pro bono » (dites gracieuses). Nous mettons le talent de nos équipes, leur créativité et leur temps, au service de la cause en question, en fonction des besoins. Le temps passé par les équipes est gracieux, le bénéficiaire prenant à sa charge les frais techniques ;
- D’autre part, du mécénat de compétences ; par sorte de détachement d’une équipe le temps nécessaire, et en fonction du contexte légal local ;
- Enfin, par du bénévolat ou volontariat impliquant des équipes le temps d’une journée (ou autre), en faveur d’une cause ou activité spécifique, en fonction des pratiques locales et du cadre légal.



Une valorisation financière *ex-post* est effectuée chaque année afin d'évaluer la contre-partie des prestations apportées tant en termes de temps passé qu'en appui pour de l'achat d'espace gracieux ou tout autre type de réalisation offerte. Ces informations vérifiées et auditées sont disponibles sur le site web du Groupe.

2 - Qui soutenons-nous ? Et comment procédons-nous ?

Ce sont prioritairement les institutions, associations, organisations non gouvernementales de dimension locales, nationales ou internationales, dont l'objet est soit la défense d'une **cause dite d'intérêt général**, (lutter contre une injustice, agir en faveur d'une cause majeure, apporter une aide concrète pour faire évoluer l'information ou la connaissance sur un sujet d'intérêt public...) et ainsi d'aider ceux qui agissent sur le terrain. Les actions soutenues doivent contribuer à la progression des 17 ODD de Nations Unies.

Historiquement, le Groupe et ses agences soutiennent de nombreuses causes liées à l'éducation, notamment des jeunes filles, à la santé avec la lutte contre de nombreuses maladies ou en faveur du handicap (visible ou invisible, mental ou physique), à la lutte contre la pauvreté, la précarité, et contre les inégalités de toutes sortes (racisme, sexisme, antisémitisme, homophobie...), en faveur des droits humains (lutte contre les violences domestiques, contre les migrants, les personnes vulnérables et lutte contre l'esclavage moderne...) et en faveur de l'égalité.

Le Groupe applique le **principe de proximité** et **mesure l'impact direct** sur les communautés concernées ; donner de son temps et de son énergie est plus facile à faire si l'on est « proche » de ladite cause. C'est à l'équipe dirigeante de chaque agence de décider des causes qu'il souhaite soutenir, et cela se fait souvent autour de projets déjà portés par des collaborateurs. Sa décision tient compte de la charge de travail de ses équipes ; il est responsable de ses choix, forcément limités.

Les collaboratrices et les collaborateurs qui sont impliqués dans les projets « pro-bono » ou des actions de bénévolat, le font de manière volontaire et avec beaucoup d'enthousiasme. Qu'ils en soient toutes et tous remerciés. Travailler sur ce type de projets fait partie intégrante du cursus professionnel de nos équipes.

La liste des principales causes soutenues dans les différents Rapports RSE du Groupe est disponible [ici](#)

3 - Les engagements du Groupe (siège) : sous quelles formes ?

Publicis Groupe intervient aussi des deux façons suivantes, en complément de l'action de ses filiales :

a) En application de ce principe de proximité, le Groupe (siège) a des engagements très limités, car il n'a pas les capacités de réaliser directement une campagne. Exceptionnellement, le Groupe peut décider de soutenir de manière ponctuelle un projet.

b) Le Groupe (siège) peut susciter une mobilisation interne de quelques équipes, pour répondre soit à une logique géographique importante pour une cause, soit à l'ampleur d'une campagne holistique faisant appel à différents métiers du Groupe en même temps. Cette approche est rare et gérée au cas par cas.

Pour Publicis Groupe et ses agences, ce qui guide l'intention du soutien apporté doit reposer sur l'efficacité et un impact mesurable de notre action.

Des questions? CSR@publicisgroupe.com