



# LES VALEURS DE PUBLICIS

*Lorsqu'un jeune entrepreneur de 20 ans, Marcel Bleustein-Blanchet, a fondé Publicis en 1926 à Paris, il a instauré un ensemble de valeurs qui nous inspire depuis lors. Grâce à sa vision, il nous a guidés pour que nous agissions toujours avec **intégrité, loyauté et respect**. Ses principes fondateurs trouvent encore un écho presque cent ans plus tard :*

## I. CRÉATIVITÉ

Pour nous, la créativité est l'audace et l'originalité qui inspirent les autres et rassemblent les gens. C'est le courage de trouver une autre voie qui imprègne tout ce que nous faisons; des campagnes impactantes et engageantes que nous produisons pour nos clients aux stratégies et processus que nous concevons pour assurer le bon fonctionnement de notre entreprise. Où que nous travaillions, quoi que nous fassions, nous sommes à la recherche de la nouvelle approche qui rend la vie meilleure pour le monde qui nous entoure.

## II. ESPRIT D'ENTREPRISE

Grâce à notre fondateur, l'esprit d'entreprise est dans notre ADN. Au fur et à mesure que notre Groupe s'est développé, nous avons étendu cet esprit en accueillant dans la famille Publicis un grand nombre des meilleures marques du monde. Nous sommes tous chargés de veiller à ce qu'elle continue à s'épanouir. Nous n'avons pas peur de prendre des risques ou d'être précurseurs, nous nous donnons les moyens d'innover en tant que « intrapreneurs », en générant des idées et en prenant la responsabilité de les réaliser, pour le bénéfice de notre avenir commun.

## III. INNOVATION

L'innovation est au cœur de notre culture. Notre objectif est d'offrir les solutions les plus innovantes à nos clients, en phase avec l'évolution rapide des comportements des consommateurs et des technologies. Pour atteindre cet objectif, nous proposons à nos talents les meilleures formations en continu, et nous encourageons un environnement de travail ouvert et collaboratif.

En tant qu'organisation, nous embrassons le changement. Notre refus de l'immobilisme nous a permis de rester des pionniers et de proposer des services et des produits toujours plus adaptés.

## IV. AJOUTER DE LA VALEUR

Notre succès continu dépend de la valeur ajoutée que nous apportons à tous nos clients et à toutes les parties prenantes. Nous devons aider nos clients à relever les défis de notre époque et démontrer la valeur transformatrice que nous apportons, que ce soit par le biais des conseils et des contenus que nous fournissons, ou des connexions et de la technologie que nous facilitons. Nous devons aider nos collaborateurs et nos équipes à optimiser leurs talents, à célébrer leurs différences et à agir avec courage sur la voie de carrières épanouissantes qui contribuent à la croissance de notre entreprise. Et nous devons rendre la confiance de nos actionnaires, qui croient et investissent dans notre prospérité collective.

## V. CLIENTS

Pour assurer le succès de nos clients, il est essentiel que nous les écoutions attentivement afin de comprendre leurs problèmes, de leur donner des conseils avisés et de leur faire des propositions audacieuses. Pour y parvenir, nous devons nous immerger dans leurs marques, leurs produits, leur population et leur histoire, répondre rapidement à leurs demandes, anticiper leurs besoins et travailler dur pour résoudre leurs problèmes afin que leur entreprise puisse se transformer, relever les défis de l'avenir et générer une croissance plus rentable et durable. Nos clients méritent que nous leur offrions les capacités «Power of One» du Groupe.

Parce que nous donnons la priorité à nos clients, le respect des contrats que nous concluons est absolu : nous respectons les délais, suivons les feuilles de route et surmontons tous les obstacles qui se présentent à nous.

Nous sécurisons les données de nos clients et maintenons une confidentialité totale à tout moment. Et nous nous efforçons toujours de fournir la meilleure performance en termes de valeur, en refusant la complaisance et en remettant constamment en question notre travail afin de mieux les servir.

## VI. TALENTS

Nous savons que nos collaborateurs talentueux sont notre atout le plus précieux, nous accueillons des personnes issues de tous les milieux et toutes les expériences, car nous croyons en «la différence». Leur éthique, leur expertise, leur professionnalisme et leur myriade de personnalités sont la base de notre succès. À ce titre, nous nous engageons à respecter quatre principes pour notre personnel :

- **Un lieu de travail inclusif** : où on peut être soi-même et où la diversité des mentalités est encouragée. Chacun, quel qu'il soit, a une place et une voix : le respect est essentiel.
- **Un environnement sûr et sain** : la santé et le bien-être de nos employés restent notre priorité.
- **Le développement personnel** : le développement des compétences de nos collaborateurs est primordial. Nous proposons des opportunités de formation qui permettent d'évoluer et nous souhaitons être un employeur de choix au sein de notre secteur pour attirer l'élite des talents à travers le monde.
- **La solidarité** : nous ne pouvons réaliser notre plein potentiel pour nos clients que si nous ne faisons qu'un. Nous collaborerons et communiquerons les uns avec les autres avec confiance et professionnalisme, en respectant chaque individu unique pour ce qu'il est.

## VII. ACTIONNAIRES

En investissant dans notre entreprise, les actionnaires permettent notre croissance et notre progression. En échange de cette confiance, nous nous engageons à ajouter de la valeur et à générer des bénéfices pour eux. Pour atteindre cette rentabilité, nous devons surpasser le marché et veiller scrupuleusement à nos coûts.

Nous traitons tous les actionnaires sur un pied d'égalité et leur devons une information régulière, fiable, véridique et honnête, conforme aux obligations de la Bourse de Paris. Nos rapports financiers et non financiers sont tout aussi cruciaux que nos services; notre capacité à fournir des données précises en temps voulu définit notre crédibilité auprès des analystes, des investisseurs et des actionnaires. C'est pourquoi chacun d'entre nous a intérêt à garantir l'exactitude de nos comptes et de nos indicateurs.

## VIII. COMMUNAUTÉ

Partout où nous opérons, nous cherchons à être de bons citoyens et nous nous conformons aux lois et réglementations locales. Nous sommes respectueux des cultures dans lesquelles nous opérons et des valeurs et codes moraux des communautés qui nous entourent. Nous pensons que la publicité et le marketing peuvent et doivent être menés de manière responsable, et que nos entreprises ont un rôle à jouer dans la promotion de la justice sociale et environnementale.

## IX. FOURNISSEURS

Les fournisseurs sont de véritables partenaires que nous traitons avec respect pour leur professionnalisme, leur diversité, leur autonomie et leur indépendance. À ce titre, nous choisissons de travailler avec les meilleurs d'entre eux et nous exigeons d'eux les mêmes niveaux d'éthique, de qualité, de service et de performance que nous exigeons de nous-mêmes.

Nous sommes fiers de mettre en œuvre des procédures d'appel d'offres qui placent chaque fournisseur potentiel sur un pied d'égalité et de veiller à ce que nos contrats soient transparents et complets. Nous refusons tous les cadeaux, divertissements et autres incitations des fournisseurs qui pourraient avoir un impact sur l'intégrité ou l'impartialité de nos procédures de sélection des fournisseurs.

## X. LE REFUS DE S'ENGAGER DANS DES CAMPAGNES PARTISANES

Nous croyons à l'équité. Bien que nous soyons toujours prêts à mettre notre expertise de communication à la disposition des annonceurs, de la communauté et de l'intérêt public par le biais d'ONG, nous refusons de travailler pour tout parti politique, secte ou organisation diffusant une propagande idéologique ou confessionnelle.

## XI. RESPONSABILITÉ ET CONFORMITÉ

Publicis Groupe respecte les lois et les réglementations locales sans exception. Il est attendu de nos collaborateurs qu'ils fassent de même à tout moment.

**Signalement :** les employés de Publicis, ainsi que les clients ou prestataires, peuvent signaler un problème ou lancer une alerte s'ils sont témoins ou suspectent une violation de la loi ou des politiques du Groupe en matière de fraude, corruption, harcèlement, discrimination ou toute autre question d'éthique en écrivant à [ethicsconcerns@publicisgroupe.com](mailto:ethicsconcerns@publicisgroupe.com)

## XII. UNE TAILLE UNIQUE NE CONVIENT PAS À TOUS

Nous avons besoin de règles et de valeurs qui nous guident pour créer un succès commun. Si nos valeurs ne sont pas négociables, nous reconnaissons que nos règles sont parfois à améliorer. Parce qu'une taille unique ne convient pas à tous, si une règle ou un processus est inutile et inapplicable, nous encourageons les employés à s'exprimer en présentant des options alternatives à la Secrétaire Générale du Groupe pour examen.