

RAPPORT

2022

ENTREPRISE
PARTENAIRE
DU PAQTE



PAQTE
LE PACTE AVEC LES
QUARTIERS POUR TOUTES
LES ENTREPRISES

AMÉLIORER LA VIE DES HABITANTS

OLIVIER KLEIN

Ministre délégué auprès du ministre de la Transition écologique
et de la Cohésion des territoires chargé de la Ville et du Logement



La politique de la ville est à un carrefour de son existence. Confrontée à des défis climatiques, économiques et démocratiques, elle se doit d'épouser ces nouvelles exigences tout en restant fidèle à sa vocation : améliorer la vie des habitants en les inscrivant dans des parcours de réussite et en luttant contre les petits poisons du quotidien.

Avec leur jeunesse et leur bouillonnement associatif, culturel, sportif, les quartiers populaires ont tous les atouts pour s'adapter à ces évolutions. Nous devons en faciliter l'expression ! L'année 2023 sera un grand moment de contribution des habitants à la construction de projets pour leur quartier. Le plein emploi est une attente forte. Il sera un axe puissant de la nouvelle politique de la ville.

Cette ambition du plein emploi dans les quartiers populaires ne peut s'imaginer sans un engagement solide et durable des entreprises. Elles devront en prendre toute leur part. A travers la sensibilisation, la formation, le recrutement et la mise en place d'une politique d'achat responsable en faveur des quartiers, les entreprises contribuent déjà à transformer les destins et favoriser l'émancipation. Je tiens à remercier chacune des entreprises engagées pour les habitants des quartiers populaires. Je les sais déterminées comme moi à valoriser et reconnaître les compétences de nos quartiers pour en changer l'image et en faire des territoires inspirants où se vit au quotidien la réussite.

L'ENGAGEMENT PAQTE DE VOTRE ENTREPRISE

« Chez Publicis France, nous sommes convaincus que la diversité est un puissant levier de créativité, d'innovation et de performance. Nous croyons que de travailler à l'équité d'opportunité pour chacun, c'est augmenter les chances de réussite pour tous. »



AGATHE BOUSQUET
PRÉSIDENTE PUBLICIS EN FRANCE

LES RÉFÉRENTS PAQTE



« Tous les territoires sont producteurs de talents et il y a des talents sur tous les territoires. Mais nous ne nous rencontrons pas toujours. Nous nous sommes donc donnés pour mission d'aller les chercher et de les promouvoir. »

LEÏLA GRISON
DIRECTRICE DIVERSITÉS,
ÉQUITÉ ET INCLUSION
PUBLICIS FRANCE



INES FETTANE
RESPONSABLE DE PROJETS
DIVERSITÉS, ÉQUITÉ
ET INCLUSION
PUBLICIS FRANCE



YASMINE SEKKAI
CHARGÉE DE PROJETS
DIVERSITÉS, ÉQUITÉ
ET INCLUSION
PUBLICIS FRANCE

FOCUS ACTION 2022

PUBLICIS TRACK



Depuis 2016, l'OCDE relève que la France est l'un des pays les moins bien notés en termes de mobilité sociale et pointe notre système éducatif comme l'un des plus inégalitaires de l'Union européenne. Les origines socio-économiques, culturelles ou territoriales conditionnent encore trop fortement le destin de trop nombreux jeunes en France. Des iniquités persistantes qui déterminent leur orientation, leurs parcours académiques et professionnels. Un déterminisme social qui perdure, qui prend racine dans la société et qui se poursuit dans les études supérieures et les entreprises. Le secteur de la communication n'échappe pas à ce constat. Les processus de recrutement traditionnels excluent encore trop souvent de nombreux jeunes parmi lesquels se trouvent certains des meilleurs talents de la société.

Pour changer la donne et créer de nouvelles opportunités d'inclusion, en 2021 Publicis en France a créé PublicisTrack : un programme concret en faveur de l'égalité des chances, qui permet à des étudiants de BTS communication et SAM, habitant des quartiers prioritaires de la ville, d'intégrer nos agences pour des stages de 2 mois. En moins de deux ans, ce programme a permis aux agences de Publicis France d'accueillir et de former plus de 120 étudiants de lycées publics (dont 70 % de boursiers). En 2022, la promotion comptait 45 élèves venant des lycées Jacques Brel à la Courneuve, Jean-Zay à Aulnay Sous-Bois, ENC Bessières et Jean-Lurçat à Paris. Parmi eux, 15 ont poursuivi avec des contrats d'alternance licence professionnelle au sein de nos agences.

Avec PublicisTrack, nous contribuons à :

- Créer un meilleur équilibre entre motivation et réussite
- Visibiliser et révéler des talents réels mais souvent ignorés ou sous-estimés
- Faire changer le regard sur la diversité des diplômés.

120

STAGIAIRES
PUBLICISTRACK
DEPUIS 2021

4

PROMOTIONS
D'ÉTUDIANTS BTS
FORMÉS ET
COACHÉS
DEPUIS 2021

5

LYCÉES PUBLICS
PARTENAIRES

16

AGENCES DU
GROUPE
PUBLICIS EN
FRANCE
IMPLIQUÉES

+54%

STAGIAIRES
PUBLICISTRACK
RECRUTÉS EN
ALTERNANCE AU
SEIN DU GROUPE
EN 2022

MOBILISÉS POUR LES QUARTIERS INITIATIVES LOCALES



ILE-DE-FRANCE SENSIBILISER

Masterclass PublicisTrack L'excellence partout :

En partenariat avec les professeurs de BTS, nos experts de l'influence, du marketing et des médias se mobilisent pour dispenser des cours aux élèves de BTS Communication.



FRANCE FORMER

PublicisTrack et Alternance.

Un programme concret en faveur de l'égalité des chances. Il permet à des étudiants de BTS Communication de réaliser leur stage et leur alternance dès la Licence dans nos meilleures agences.



FRANCE RECRUTER

Publicis Media x Oreegami.

Recruter des demandeurs d'emplois sur la base de leurs soft skills formés à des métiers très recherchés dans le digital : trading, programmation, retail et SEO.



FRANCE ACHETER

Publicis France x Afb Social Green & IT

Collecter et réemployer le matériel informatique tout en créant des emplois majoritairement à destination des personnes en situation de handicap.

SENSIBILISER

Les quartiers prioritaires de la Politique de la Ville comptent 40% de jeunes de moins de 25 ans. 33% des jeunes actifs (moins de 30 ans) sont demandeurs d'emplois (deux fois plus que dans les autres quartiers). Les actions de sensibilisation, le plus tôt possible dans les parcours de scolarité, aident les jeunes à être acteurs de leur orientation. De nombreuses initiatives permettent aux entreprises d'ouvrir leurs portes aux jeunes des quartiers populaires, qu'ils soient de l'hexagone ou d'outremers, comme :

- proposer des stages à des collégiens 3e scolarisés dans des établissements REP, REP+ (www.monstagedetroisieme.fr)
 - venir témoigner dans les lycées des quartiers populaires dans le cadre du "Mois de l'Entrepreneuriat dans les Quartiers"
- Tous les collaborateurs de l'entreprise peuvent aller à la rencontre de ces jeunes.

300

LYCÉENS AYANT BÉNÉFICIÉ
D'UNE MASTERCLASS
PUBLICISTRACK

16%

DE STAGIAIRES RÉSIDANT EN QPV

3

INTERVENTIONS EN LYCÉES
PRIORITAIRES

QUELQUES INITIATIVES

NOS ANNÉES LYCÉES ! L'EXCELLENCE PARTOUT

En collaboration avec les professeurs, nos experts ont dispensé des cours d'influence, de marketing et de stratégie médias, aux élèves de BTS Communication des lycées ENC Bessières et Jean-Lurçat à Paris, Jean-Zay et Jacques Brel à Aulnay et La Courneuve. Plus de 200 élèves ont ainsi assisté à des cours sur la publicité internationale, le planning stratégique, le SEO/SEA, l'écoconception dans la communication, l'influence marketing, le social media.

« L'APPEL DU 27 JUIN », L'ÉVÈNEMENT QUI ENGAGE !

À l'occasion de « l'Appel du 27 juin » lancé par Leïla Grison, plus de 140 personnes se sont portés volontaires pour former et accompagner des élèves de milieux modestes, allant de la classe de 6e au Master 2. Avec l'aide de nos partenaires : Télémaque, Lycées publics, Sciences Po Convention Education Prioritaire, Un Début de Réseaux, Article 1, Simplon. Nos équipes mentors ou tuteurs aident les jeunes à réfléchir leurs parcours, découvrir de nouveaux horizons, s'enrichir de nouvelles expériences professionnelles. L'aventure est aussi importante pour les mentorés que pour les mentors.

4 JUILLET 2022 : HISSEZ HAUT ! 1ère SOIRÉE DES ALUMNI PUBLICISTRACK

3 promotions réunies pour la première fois, à l'occasion d'un événement sur la mythique terrasse Publicis avenue des Champs Élysées. Plus de 90 alumni, tuteurs, professeurs se sont retrouvés le temps d'une soirée mémorable en présence d'Agathe Bousquet, Présidente du groupe Publicis en France et de nombreux dirigeants d'agences.

ÉVÈNEMENTS ET PROMOTIONS DE&I :

Sensibilisation aux enjeux de l'inclusion via interventions et podcasts «Demain Vous Appartient», Choose-SocialTV ou encore Vivre FM.

OBJECTIFS 2023

STAGES DE 3e

Créer et déployer le programme PublicisTeens : Programme proposant à des élèves de 3^{ème} des Réseaux d'Education Prioritaire d'effectuer leur stage au sein de diverses agences du groupe.

DÉVELOPPER LE MENTORAT :

• AUX ÉTUDES SUPÉRIEURES

Accompagner des étudiants du programme Sciences Po Convention Education Prioritaire et PublicisTrack.

• AUX COLLÉGIENS

Accompagner 20 collégiens issus de milieux modestes avec l'association Télémaque.

SENSIBILISER

”

« Les enjeux de Diversités, d'Équité, et d'Inclusion sont essentiels en entreprise, tant pour nous les employés que pour nos clients. On ne peut pas être pertinent et crédible sans refléter la richesse du monde dans lequel nous évoluons. J'ai été sensibilisé à ces enjeux au travers d'expériences professionnelles mais mon engagement s'est développé avec plus de force récemment. J'ai alors saisi l'opportunité d'intervenir aux côtés de l'équipe DE&I dans le cadre des Masterclass PublicisTrack, notamment auprès d'étudiants de l'ENC Bessières. Mon intervention consistait à partager mon parcours professionnel à l'étranger et d'expliquer qu'une expérience internationale peut se piloter depuis Paris. Il ne faut pas chercher à partir à tout prix – car tout paraît mieux ailleurs – mais plutôt de réfléchir aux perspectives que l'on souhaite donner à sa carrière, que ce soit en France ou avec une expérience hors les murs. Ce qui est certain c'est que les métiers de la communication sont un des rares endroits où la passion est encore très présente, et que des incroyables expériences créatives et humaines y ont lieu... tant à Londres et New York qu'à Paris. Cet échange nous a permis de montrer concrètement nos actions et nos convictions, en espérant pouvoir créer un déclic chez certains étudiants pour de telles carrières. Enfin, ce moment m'a permis de parler à un public averti et réactif, très conscient des enjeux qui se jouent aujourd'hui dans notre société. Désormais, c'est à nous de prendre en main ces thématiques dans nos processus de recrutement car ce n'est pas un pari sur l'avenir, c'est l'avenir. »

« Ce n'est pas un pari sur l'avenir, c'est l'avenir. »



PATRICK LECLERCQ
GLOBAL CLIENT LEAD PUBLICIS CONSEIL

**MASTERCLASS
PUBLICISTRACK
X LYCÉES ENC
BESSIERES (17E)
ET JACQUES BREL
LA COURNEUVE
(93)**



FORMER

L'alternance est une voie d'insertion professionnelle attractive pour les jeunes des milieux populaires (accessible aux bas niveaux de formation, se former en entreprise et être rémunéré). Mais alors que l'alternance et notamment l'apprentissage se développent en France, les jeunes des quartiers y restent sous représentés.

Le PAQTE aide les entreprises à recruter plus de jeunes des Quartiers prioritaires de la Politique de la Ville, en les identifiant, en les coachant mais aussi en accompagnant les maîtres d'apprentissage pour limiter les risques de rupture anticipée de contrat.

771

NOMBRE D'ALTERNANTS EN
2022 AU SEIN DE NOS AGENCES

158

NOMBRE D'ALTERNANTS
ISSUS DE QPV

+20%

DES ALTERNANTS RÉSIDANT
EN QPV

+54%

STAGIAIRES PUBLICISTRACK
RECRUTÉS EN ALTERNANCE AU
SEIN DU GROUPE EN 2022

QUELQUES INITIATIVES

PROGRAMME PUBLICISTRACK :

Programme concret en faveur de l'équité des chances qui depuis sa création en 2021 a permis à 120 étudiants en BTS Communication d'intégrer nos meilleures agences en stage dont 45 en 2022.

MECENAT TELEMAQUE ET SCIENCES PO CEP

Accompagnement personnalisé de jeunes collégiens et lycéens issus de quartiers fragiles (boursiers ou de niveau social équivalent) pour les mentors Télémaque et d'étudiants boursiers à Sciences Po dès la première année issus du programme de Convention d'Education Prioritaire pour les mentors Sciences Po.

MECENAT MENTORAT CAMPLUS :

Une trentaine de lycéens ont été formés au mentorat de collégiens dans le principe de partage entre jeunes d'âges et parcours similaires (principe de pair-aidance).

INTERVENTION AU SEIN D'ECOLLES :

Formation via des cours DE&I à des promotions qui ont vocation à devenir les managers de demain : CELSA, EFAP, EDC.

LABELS



Label RSE Agence Active : 1er réseau de Communication en nombre d'agences labellisées RSE Agences Actives Afnor certification AACCC : 11 dont 9 avec le meilleur niveau 3 étoiles

Happy Trainees : Label de nouveau obtenu en 2022 qui récompense les entreprises où les étudiants en alternance sont les plus motivés et heureux.

OBJECTIFS 2023

Passer à 70% le taux de transformation de stagiaires PublicisTrack candidat à l'alternance dans nos agences.

Créer et/ou accompagner des programmes innovants et formateurs à destination d'étudiants en IA et Tech hors parcours académique Grandes Ecoles.

Porter à 25% le nombre d'alternants résidant dans les Quartiers Prioritaires de la Ville.

Former 100% de la communauté RH au recrutement inclusif.

FORMER



**REMISE DES
DIPLÔMES AUX
STAGIAIRES
PUBLICISTRACK**

”

« Lorsque j'ai eu écho du projet, je me suis tout de suite portée volontaire pour devenir tutrice. Ce programme m'est apparu comme une évidence car au sein d'un groupe comme Publicis la créativité s'enracine dans la diversité des idées, la diversité sociale ou encore la diversité culturelle. PublicisTrack m'a permis d'accueillir 2 stagiaires pour des périodes de 7 semaines et cela a été un tel succès que nous avons décidé de poursuivre en alternance avec l'une d'entre elles. Ces stagiaires sont dotés d'un excellent potentiel, résultat d'un parcours de formation très qualitatif qui doit beaucoup à l'accompagnement des professeurs et la richesse des cours dispensés. Aujourd'hui, je souhaite poursuivre mon engagement car je pense que nous avons énormément à apprendre des profils sélectionnés qui ne cessent de challenger nos idées et nos façons de manager. Je garde un excellent souvenir de PublicisTrack notamment lors de la restitution du stage d'Henriette, ma première stagiaire Track où j'ai pu ressentir sa fierté d'avoir intégré un programme comme celui-ci. Elle avait réussi à retranscrire avec passion 7 semaines de stage à l'ensemble de sa promotion et de ses professeurs. À terme, j'espère vraiment que ce programme ne soit plus nécessaire dans les processus de recrutement grâce à une équité parfaite entre tous les candidats indépendamment de leurs formations et de leur origine. »



MATHILDE SIKORSKY
GLOBAL ACCOUNT DIRECTOR, PUBLICIS CONSEIL

RECRUTER

Donner sa chance à tous ! Le chômage, à formation égale, est deux fois plus élevé pour les jeunes des QPV que pour les jeunes des quartiers environnants. Le PAQTE accompagne les entreprises partenaires dans l'amélioration de leur processus de recrutement mais aussi de suivi de carrière. Par le biais d'outils mis à disposition, les entreprises sont invitées à former leurs équipes à la non-discrimination (auto-testing et e-learning), mais aussi à diversifier leurs canaux de recrutement avec pour objectif la reconnaissance des compétences de chacun.

55

PARTICIPANTS AU PROGRAMME
PUBLICIS MEDIA X OREEGAMI
EN 2022

+180%

D'OREEGAMERS EN 2022

+15

STAGIAIRES PUBLICISTRACK
AYANT CONTINUÉ EN
ALTERNANCE EN 2022

QUELQUES INITIATIVES

RECRUTER DES DEMANDEURS D'EMPLOI AVEC L'ORGANISME DE FORMATION OREEGAMI :

Publicis Media a lancé en 2021 un programme de formation aux métiers du digital destiné à des demandeurs d'emplois de niveau bac+2 minimum. Tous viennent d'horizons divers et souhaitent évoluer vers ces métiers en forte croissance. En 2022, 55 étudiants Oreegami ont été recrutés en alternance au sein de Publicis Media. Ces candidats ont débutés avec une formation intensive de 3 mois avant de poursuivre leur alternance.

TRANSFORMER UN STAGE EN ALTERNANCE :

Dans le prolongement du programme PublicisTrack et de la formation de stagiaires en BTS Communication, Publicis France ouvre des postes en alternance pour leur permettre de poursuivre leur formation au sein d'agences d'excellence, et ce, dès la Licence professionnelle.

OBJECTIFS 2023

Péréniser le programme Oreegami avec de nouvelles promotions tout en l'étendant à de nouveaux métiers.

Recruter des étudiants en alternance issus de nos différents programmes de tutorat et mentorat en France.

Passer à 30% le volume d'étudiants venant d'universités.

Sourcer des talents via des associations de proximité.

Sensibiliser 100% des collaborateurs à la non-discrimination.

RECRUTER

”

« Dès 2018, nous avons eu la conviction qu'il nous fallait repenser notre stratégie de recrutement sur certains métiers en tension, particulièrement les métiers du marketing digital. Recruter des candidats sur la base de leurs soft skills, de leur motivation, puis les former sur le métier nous est apparu comme un levier porteur, c'est ainsi que nous sommes devenus partenaire de Oreegami. Le programme a pris de l'ampleur au fil des années, en 2022 nous avons recruté plus de 50 étudiants Oreegami en alternance répartis sur 2 promotions. Ce programme certifiant, reconnu par l'Etat, nous permet d'intégrer des candidats qui viennent d'univers différents sur la base de leur volonté à s'engager sur le métier visé au sein de Publicis Media ; Ils suivent une formation en mode Bootcamp de 3 mois, très opérationnelle, avant de débiter 12 mois en alternance dans nos équipes. Pour moi, Oreegami a de nombreux effets bénéfiques qu'ils soient immédiats ou à long terme. C'est un vrai levier dans notre stratégie de recrutement qui nous permet d'adresser des candidats que nous ne ciblons pas historiquement. Notre but est de faire naître des Talents, de créer des carrières et de pérenniser une nouvelle méthode de recrutement au sein de l'entreprise. Ma plus grande fierté est de voir les alternants évoluer tout au long du programme, de les voir accepter de continuer leur expérience Publicis Media en CDI, souvent sur le métier sur lequel ils ont été formés, parfois sur une autre opportunité dans l'Agence. Mon autre fierté est de voir l'impact systémique du programme sur Publicis Media et le soutien de notre Comex, de nos managers et plus globalement de l'ensemble de nos collaborateurs, je pense que ce programme ne pourrait pas être aussi fort s'il n'était pas soutenu par l'ensemble des acteurs de Publicis Media. En 2023, nous reconduisons le programme avec de nouvelles promotions et nous souhaitons aussi l'étendre à de nouveaux métiers et de nouvelles Agences. »



HELENE CESTARI
BPRH PUBLICIS MEDIA



PROMO OREEGAMI
2022

ACHETER

Utiliser sa capacité d'achats pour accompagner les territoires fragiles.

Le PAQTE aide les acheteurs des entreprises partenaires à aller à la rencontre des TPE et PME implantées dans un territoire fragile (QPV, ruralité, outremer) mais aussi celles qui y recrutent comme les entreprises d'insertion, adaptée ou ESAT. Ces rencontres permettent de développer l'activité économique des TPE-PME localisées à proximité des implantations des entreprises engagées dans le PAQTE, au plus grand bénéfice de la vie économique locale. Les acheteurs sont aussi incités à partager leurs pratiques d'achats responsables et appuyé dans la cartographie de leurs fournisseurs de proximité et inclusifs.

92%

APPAREILS COLLECTÉS REMIS
SUR LE MARCHÉ

43 665 KG ÉQ. CO2

RÉDUCTION D'ÉMISSIONS DE GAZ
A EFFET DE SERRE GRÂCE AU
PARTENARIAT AFB

1

EMPLOI FINANCÉ POUR
UNE PERSONNE EN SITUATION
DE HANDICAP GRÂCE
AU PARTENARIAT

QUELQUES INITIATIVES

STRUCTURER UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

Publicis France a confié à Afb Social Green & IT la collecte et le reconditionnement de son parc informatique usagé et s'est engagé aux côtés de prestataires proposant un service traiteur situé dans des Quartiers Prioritaires de la Ville pour un grand nombre de ses événements.

S'ENGAGER AVEC DES ENTREPRISES D'INSERTION

Entretien des plantes de plusieurs agences de Publicis Bastille confié à ANRH ESAT Paris 11.

OBJECTIFS 2023

Structurer une politique d'achats responsables pérenne et régulière au sein de toutes nos agences.

Sous-traiter plus de 60.000 € (HT) de chiffre d'affaires auprès du secteur adapté et protégé.

Recycler et reconditionner 1000 ordinateurs et appareils informatiques.

Favoriser les TPE et PME implantés dans les quartiers fragiles

ACHETER

”

« Chaque année en France, ce sont près de 9 millions d'ordinateurs portables et de bureaux neufs qui inondent le marché et contribuent à toujours plus de pollution. Or, il existe des solutions pour lutter contre l'obsolescence programmée : le reconditionnement en est une clé ! AfB France s'engage depuis plus de 10 ans à allonger la durée de vie du matériel et à créer des emplois majoritairement pour des personnes en situation de handicap. Spécialiste de la revalorisation de parcs et services IT, les collaborateurs d'AfB collectent le matériel sur site, effacent tous types de supports de données de façon sécurisée et assurent la traçabilité complète des équipements. Une fois les données effacées, le matériel est reconditionné pour être proposé à la vente à moindre coût en magasin ou sur www.afbshop.fr. Cette action de réemploi est au service d'un projet solidaire, la création d'emplois pour des personnes en situation de handicap, qui représentent près de 70% de l'effectif d'AfB. Notre concept d'entreprise est souvent qualifié d'innovation sociale du fait de son impact à la fois environnemental, économique et social. Nous sommes impliqués dans plusieurs réseaux professionnels qui soutiennent les thématiques en lien avec le numérique responsable, l'entreprise inclusive, l'économie circulaire et l'économie sociale et solidaire. Notre partenariat avec Publicis s'est construit suite au besoin du groupe de trouver un acteur avec un fort aspect social, sociétal et environnemental tout en ayant une rigueur et un professionnalisme face aux réglementations des données. Ainsi, ce partenariat a permis de contribuer au financement d'un poste au sein de notre entreprise mais aussi d'effectuer 5 collectes depuis septembre 2022 pour récupérer 382 appareils informatiques et mobiles avec un poids total de 1,6 tonne. Aujourd'hui c'est 92% des appareils collectés qui ont pu être remis sur le marché. Pour nous, le fait que Publicis impulse aujourd'hui le réemploi et le reconditionnement des appareils électroniques au sein de ses agences va permettre d'inspirer d'autres groupes à en faire de même quand on sait que le reconditionnement permet de diminuer l'impact écologique de 80% des appareils électroniques. »



PIERRE FREMIOT
DIRECTEUR AGENCE AFB FRANCE



LOCAUX D'AFB



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.

Publicis Groupe en France est une Talent company riche de plus de 5 000 talents, répartis dans 26 agences, qui accompagne près de 600 clients.

Dans la continuité des actions mises en place pour soutenir l'égalité des chances, nos initiatives visent à favoriser le recrutement de profils issus d'horizons divers et ce, dans une démarche d'équité d'opportunités et d'inclusion.

1^{ER}

GROUPE
FRANCAIS
DE LA
COMMUNICATION,
DU MARKETING
ET DU DIGITAL

26

AGENCES
PUBLICIS
EN FRANCE

5 000

TALENTS
EN FRANCE

EN
COLLABORATION
AVEC



agence nationale
de la cohésion
des territoires





PAQTE

LE PACTE AVEC LES
QUARTIERS POUR TOUTES
LES ENTREPRISES

CONTACT@PAQTE.FR

WWW.PAQTE.FR