**APPEL A CANDIDATURE**

**Prix communication responsable UDA 2018 :**

**Bonnes pratiques de lutte contre les stéréotypes en communication**

En janvier 2018, l'UDA (Union Des Annonceurs) a lancé le programme volontaire FAIRe, aujourd’hui signé par 33 entreprises. Articulé autour de 15 engagements, il a pour but d’accompagner les annonceurs et leur parties prenantes dans une démarche de progrès et de responsabilité. L’un des engagements consiste notamment pour les signataires à repérer et réduire les stéréotypes récurrents dans leurs communications (stéréotypes de genre, d’âge, d’origine…).

L’UDA a choisi de consacrer l’année 2018 à ce thème important. Un groupe de travail constitué de signataires et de parties prenantes externes élabore actuellement une grille de lecture pour aider les marques à repérer ces stéréotypes. Cette grille sera diffusée en janvier 2019. En parallèle, l’UDA organise chaque année le challenge de la communication responsable, et cette année il sera placé sous le thème de la lutte contre les stéréotypes.   
Il valorisera ainsi **les bonnes pratiques mise en place par les marques pour lutter contre les stéréotypes dans leurs communications**, qu’elles soient ou non signataires de la charte ou adhérentes de l’UDA.

* Vous êtes une marque entreprise ou une marque de produit / service ?
* Vous avez :
  + mis en place des initiatives en interne ou dans votre secteur pour limiter le recours aux stéréotypes dans les communications ?
  + diffusé une campagne de communication exemplaire ou engagée contre les stéréotypes ?
* Vous souhaitez valoriser votre initiative et votre engagement ?

**Alors cet appel à candidatures est fait pour vous !**

**Pour participer,** il suffit de renseigner l’ensemble du questionnaire suivant de façon concise, et de joindre d’éventuels documents complémentaires permettant de comprendre l’initiative (visuels, vidéos, fichiers…). Ces éléments sont **à renvoyer à** [**info@uda.fr**](mailto:info@uda.fr) **avant le 16 novembre 2018.**

Les marques présélectionnées seront invitées à **venir pitcher leur initiative le 13 décembre 2018 devant un jury de parties prenantes variées**. Les lauréats seront dévoilés lors de l’évènement annuel organisé par l’UDA, **en janvier 2019** et leurs bonnes pratiques seront relayées sur les réseaux de l’UDA.

**Les critères de sélection sont les suivants :**

* Cohérence de l’initiative au regard des enjeux identifiés sur ce sujet
* Envergure donnée à l’initiative et durabilité de celle-ci
* Impact sociétal positif de l’initiative
* Impact de l’initiative sur la marque (image, relations parties prenantes, impact sur les salariés, nouveaux projets générés…)
* Aspect innovant de l’initiative (critère non discriminant)

Pour toute information complémentaire, n’hésitez pas à envoyer un mail à l’adresse ci-dessus.

**Nous vous remercions vivement de l’intérêt que vous portez à notre démarche !**

**COORDONNEES DU CANDIDAT**

Entreprise / Marque\* :

Personne référente\* :

Fonction\* :

Email\* :

Tel\* :

\* Réponse requise

Votre participation au Challenge Communication responsable 2018 conduit l’Union des annonceurs à procéder au traitement de vos données personnelles (nom, titre, civilité, coordonnées professionnelles, image le cas échéant, ...) pour communiquer avec vous et communiquer autour de votre partipation . Nous mettons bien entendu en œuvre les différents droits dont vous disposez (droit d’opposition au traitement, droit d’accès et de rectification, droit de suppression, droit à la limitation du traitement, …).

**Pour retrouver l’intégralité de notre politique de protection des données sur notre site internet concernant les collaborateurs des annonceurs et exercer vos droits** :

<http://www.uda.fr/publications/protection-de-vos-donnees-personnelles-a-luda/> [infos@uda.fr](mailto:infos@uda.fr?subject=exercice%20droit(s)%20laboratoire%20créatif%20UDA)

**DESCRIPTIF DE LA DEMARCHE**

**Date de lancement : ../../….**

**Description synthétique de la démarche** *(communication ou initiative interne/secteu*r) :

|  |
| --- |
|  |

**Pourquoi avez-vous mis en place cette démarche ? Quels étaient les enjeux ?**

|  |
| --- |
|  |

**Comment a-t-elle été déployée***(organisation, étapes, association à de tierces parties…)* **?**

|  |
| --- |
|  |

**Comment a-t-elle été communiquée auprès de vos différentes parties prenantes** (*Par exemple : consommateurs, salariés, direction, ONG, fournisseurs, prestataires…)***?**

|  |
| --- |
|  |

**En quoi est-ce une démarche innovante ?**

|  |
| --- |
|  |

**Quelles sont les prochaines étapes et prochains objectifs liés à cette démarche ?**

|  |
| --- |
|  |

**Quel a été l’impact sociétal de cette démarche ?** *Exemples : nombre de personnes touchées, débats suscités, …*

|  |
| --- |
|  |

**Quel a été l’impact pour la marque ?** *Exemples : image, relation parties prenantes, impact sur les salariés, nouveaux projets générés… Quand cela est possible, merci de privilégier des données chiffrées.*

|  |
| --- |
|  |

**Liens et documents complémentaires**

*Merci d’intégrer ici les liens utiles illustrant votre démarche et de lister et introduire les éléments complémentaires joints à votre dossier*

|  |
| --- |
|  |