



Agir pour une communication inclusive et écoresponsable

8ème édition des prix représente

Dossier de candidature

Catégorie « Représentation de la diversité & de l'inclusion »

Important – objet du prix :

Nous récompensons la façon dont une campagne représente la société (personnes, situations, cadres de vie) avec diversité et inclusion. Peu importe le produit ou le service promu : l'évaluation porte sur ce qui est représenté dans la campagne, pas sur l'objet commercial lui-même.

Conditions de participation :

Les prix Représente sont ouverts à toute entreprise ou organisation ayant une activité commerciale ou de service au public, qu'elle soit privée, publique, ou à mission de service public.

Sont ainsi éligibles :

- Les entreprises privées (tous secteurs)
- Les entreprises publiques ou sociétés à capitaux publics et les organismes de sécurité sociale ou assimilés

Ne sont pas éligibles :

- Les établissements publics administratifs ou agences d'État
- Les associations, ONG, collectivités territoriales, ministères

Les campagnes concernées sont :

- Les initiatives de communication commerciale/corporate/interne diffusée en France entre le 1^{er} janvier 2025 et le 31 mars 2026.
- Il peut s'agir de publicité (tous supports), de campagnes d'influence commerciale, de dispositif événementiel...

Modalités de candidature

- Renseigner toutes les questions ci-dessous et joindre les éléments utiles (visuels, vidéos...).
- Envoi du dossier complet à : represente@uniondesmarques.fr
- Dead-line : 31 mars 2026

Qu'entendons-nous par représentation de la diversité et de l'inclusion ?

Ces repères visent à faciliter votre dossier ; ils n'ajoutent pas de nouvelles obligations.

- Représentation juste et non stéréotypée des corps (morphologies, couleurs et types de peau/cheveux), avec sobriété dans les retouches.
- Diversité des origines (ethniques/régionales), des âges (jeunes et seniors valorisés), et des situations de handicap (représenter des personnes avant leur handicap).
- Rôles de genre et au sein du foyer : éviter les assignations traditionnelles, montrer la répartition des tâches et des décisions.
- Diversité dans la sphère professionnelle : direction, expertise, métiers moins genrés.
- Modèles familiaux variés et diversité sexuelle/de genre au-delà de la binarité, avec respect et authenticité.
- Sans être un critère excluant, l'accessibilité de la campagne (sous-titrage, audiodescription, accessibilité numérique/événementielle) sera un plus non négligeable dans la notation.

Référez-vous aux checklists du guide Union des marques [Favoriser la Diversité et de l'Inclusion](#) pour vérifier vos créations avant dépôt.

Description synthétique de la campagne (400 caractères max.)

Un résumé factuel : qui, quoi, où, quand.

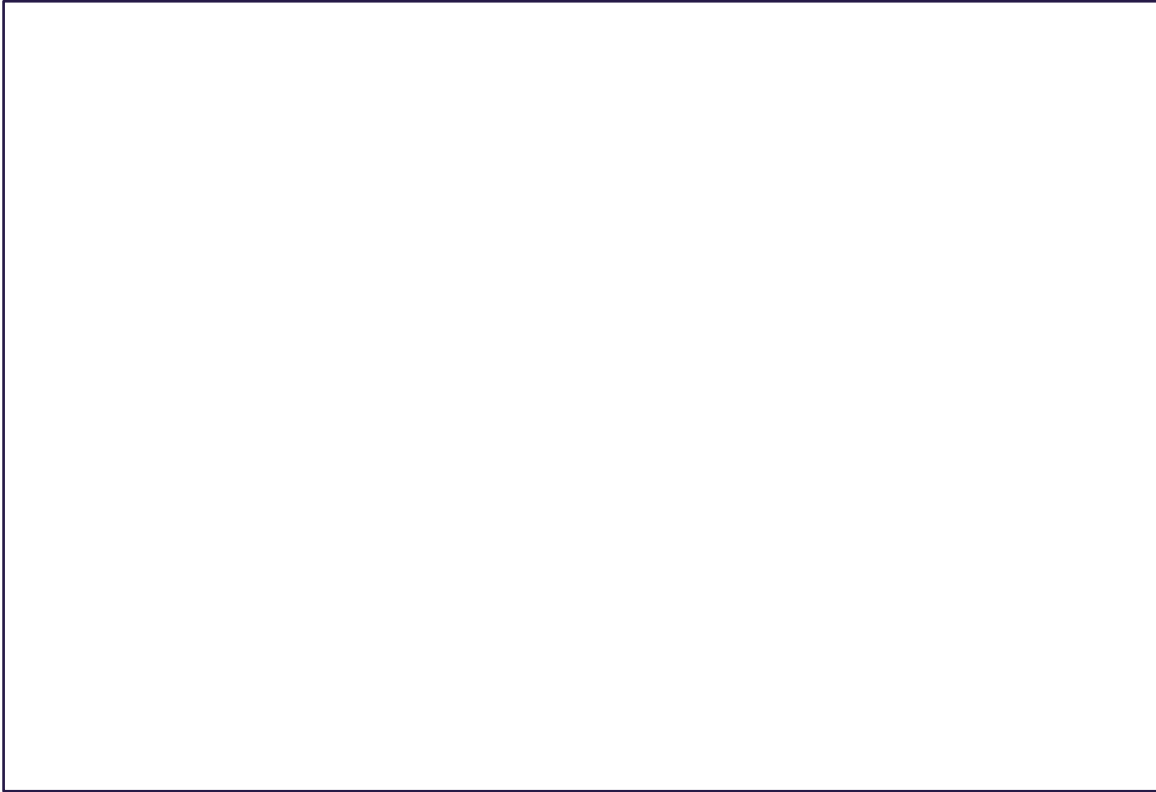
| |
|--|
| |
|--|

Description développée de la campagne (1300 caractères max.)

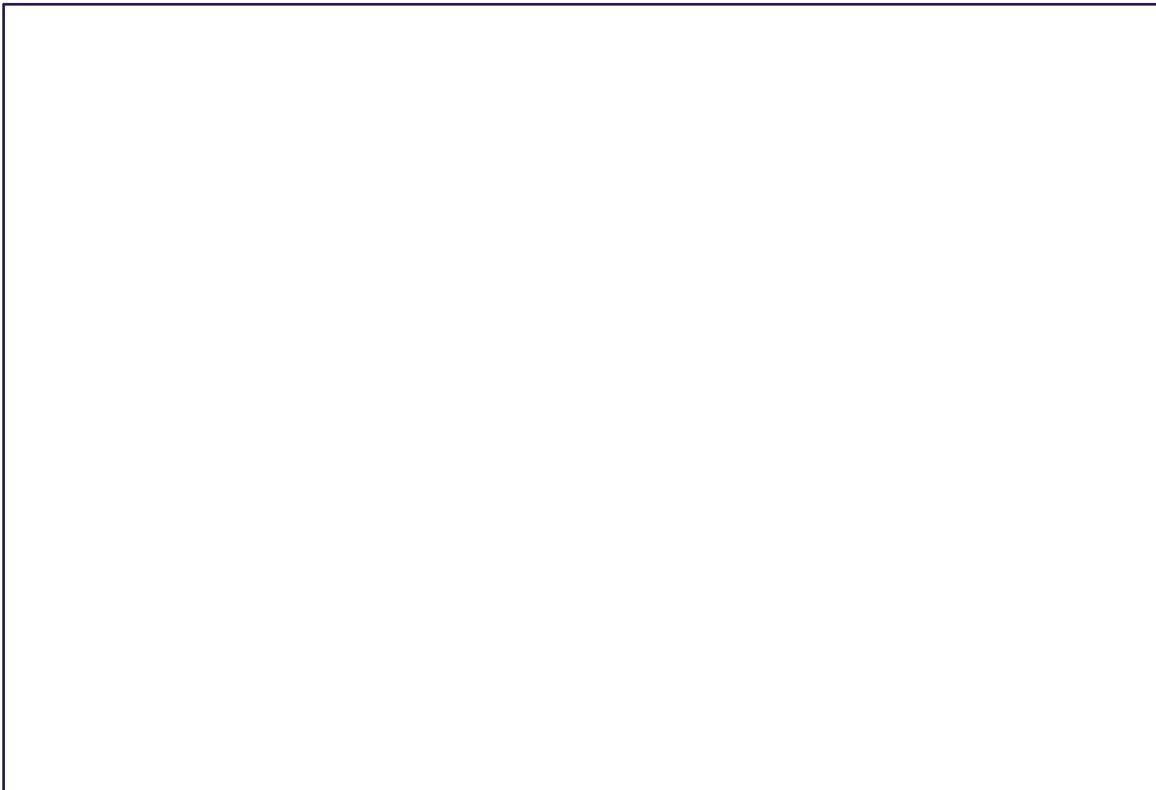
Objectifs, idée créative, dispositifs et principaux messages.

| |
|--|
| |
|--|

Contexte : pourquoi avez-vous mis en place cette campagne ? Quels étaient les enjeux (3000 caractères max.) ?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to provide context for the campaign.

Comment a-t-elle été déployée (3000 caractères max.) ?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to describe how the campaign was deployed.

En quoi est-ce une démarche innovante (3000 caractères max.) ?

Quels sont les résultats pour la marque ? Quel a été l'impact sociétal de cette démarche (3000 caractères max.) ?

Indicateurs quanti/quali, retombées, perception, effets durables.

Cette campagne est-elle accessible pour tous les publics (400 caractères max.) ?

Précisez sous-titrage, audiodescription, contrastes, version accessible, etc.

Quelles sont les prochaines étapes et prochains objectifs liés à cette démarche (1500 caractères max.) ?

COORDONNÉES DU CANDIDAT

* Réponse requise

Entreprise / Marque* :

Personne référente* :

Fonction* :

Email* :

Tél* :