



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<sup>er</sup> 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](mailto: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.) ?

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

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\* : .....