



PRIX DE LA COMMUNICATION RSE

COM-ENT D'ARGENT

CHANGER D'ID !

Entreprise : GILEAD Agence : Publicis Consultants

Date : 11-2021 / 11-2021

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Changer d'ID est la première semaine de mobilisation interne chez Gilead France pour faire reculer les idées reçues et avancer l'Inclusion et la Diversité. L'entreprise s'est fixée 3 priorités : concilier maladies et vie professionnelle ; favoriser la cohabitation intergénérationnelle et cultiver une culture d'entreprise qui allie exigence et bienveillance. Avec une majorité de collaborateurs en télétravail en ce mois de novembre 2021, Gilead a souhaité marquer les esprits avec une semaine entière rythmée par des sessions en digital live, pour :

- sensibiliser et impliquer les collaborateurs sur les thématiques I&D



- les Illustrer par des témoignages inspirants internes et externes
- valoriser les différents chantiers de Gilead France réalisés ou en cours. Ainsi, favoriser l'engagement collectif.

POUR QUI ?

Les 300 collaborateurs de Gilead en France : siège Paris et terrain. Des éléments de langage pour les managers. Un plan de communication interne global pour l'ensemble des collaborateurs :

- En amont : Save the Date, mailing Directeur Inclusion, articles et habillage de l'intranet aux couleurs de l'événement, mailing avec vidéo d'appel à participer des ambassadeurs, habillage de site avec kakémonos, affiches cafétéria et écrans teaser, diffusion du

Changer d'ID DU 22 AU 26 NOVEMBRE

Une semaine de mobilisation pour faire reculer les idées reçues et faire avancer l'Inclusion et la Diversité.

Inclusion et Diversité
UNE EQUIPE PLUSIEURS VOIX



programme, envoi des codes de connexion à la plateforme.

- Habillage de la plateforme dédiée avec la présentation des sessions et des participants
- Pendant : push mail quotidien avec le rappel du programme.
- Après l'événement : mail de remerciements, envois des replays, articles intranet bilan, diffusion d'une vidéo best of.

COMMENT ?

- Une plateforme événementielle personnalisée aux couleurs Gilead pour créer les meilleures conditions de l'attention pour un événement digital
- Une présentation détaillée des sessions, ateliers et des bios
- Des sessions 100% live réparties sur toute la semaine avec 4 temps forts, 3 ateliers participatifs
- Un événement rythmé avec différentes mises en scènes et formats : interviews, conférence, table ronde, ateliers, vidéo de témoignages collaborateurs, quiz, duplex avec la création d'une oeuvre d'art par un illustrateur sourd
- Une animatrice tout au long de la semaine
- Des thématiques fortes abordées : l'emploi inclusif, la maladie et le handicap au travail, les initiatives engagées par les groupes de travail, les biais inconscients ou encore une initiation à la langue des signes.

QUELS RÉSULTATS ?

- Une mobilisation hors norme en interne, des retours positifs et constructifs des participants.
- Un plan de communication interne de J- 1 mois à J + 1 mois ayant marqué les esprits, irriguant tout l'écosystème interne

- Une forte participation aux ateliers via le chat qui permettait aux salariés de dialoguer en direct avec l'animatrice, interagir, poser des questions.
- Des groupes de travail enrichis de nouveaux volontaires à l'issue des sessions, avec des objectifs fixés à court et moyen termes.
- Une deuxième semaine Changer d'ID en 2022 est envisagée.

Un grand succès

Cet événement a remporté un grand succès avec plus de 80% des collaborateurs connectés dès le premier jour, qui avaient réservé les temps forts dans leur agenda, encouragés par leurs managers.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

En termes de contenu des messages : une semaine dédiée à l'Inclusion et la Diversité, avec des thématiques phares abordées : l'emploi inclusif, la maladie et le handicap au travail, les stéréotypes et biais inconscients...

En termes d'éco-conception des supports de communication : une communication interne digitale

- Pour le site : impression de 4 kakémonos et 10 affiches avec un imprimeur responsable, recyclage des structures
- Réutilisation des stands existants chez Gilead pour l'habillage du fond de scène : impression seule d'une bâche recyclable venant se poser sur les structures existantes. Pause invités : utilisation de mugs café et de carafes d'eau.
- Le sous-titrage de toutes les vidéos.