

## Working with Cancer et de grandes entreprises internationales lancent le congé de dépistage pour faciliter l'accès aux examens

**Deux ans après le lancement de Working with Cancer, Publicis continue à combattre les tabous face au cancer sur le lieu de travail en encourageant à l'accès aux dépistages**



**Paris – Le 3 février 2024** – La Fondation Publicis, avec le soutien de grands groupe français et internationaux comme Accor, AXA, HPE, L'Oréal, MSD, Nestlé, Pfizer, Sanofi et UBS, dévoile le nouvel engagement de Working with Cancer : *Screening Time Off* (congé de dépistage), au travers d'une campagne de sensibilisation qui encourage les entreprises à donner à leurs employés le temps nécessaire pour faire les examens de dépistage du cancer.

Depuis son lancement il y a deux ans au Forum économique mondial de Davos, plus de 2 500 entreprises internationales ont signé le Pledge Working with Cancer, s'engageant ainsi à combattre la stigmatisation de la maladie sur le lieu de travail et à créer un environnement plus ouvert et solidaire pour les 35 millions de personnes atteintes de cancer au sein de leurs entreprises.

*Screening Time Off* va plus loin en incitant les employeurs à anticiper les risques et encourager les dépistages au sein de leur organisation pour mieux se prémunir contre le cancer.

En France, le cancer est la première cause de mortalité, or près de la moitié des décès qui y sont liés pourraient être évités. Diagnostiqués à temps, de nombreux cancers ont des taux de guérison proches de 90%<sup>1</sup>. Cependant trop de personnes reportent ou ignorent les dépistages pour des raisons liées à leur activité professionnelle, avec un taux de dépistage inférieur à 50%<sup>2</sup>.

*Screening Time Off* propose aux entreprises différents types d'outils pour accompagner les employés dans leurs démarches de prévention. Les entreprises engagées dans ce programme encouragent leurs collaborateurs à prendre connaissance des ressources mises à leur disposition pour s'informer et organiser

---

<sup>1</sup> Source sante.gouv

<sup>2</sup> Source ameli.fr

<sup>3</sup> [PreventCancer.Org](https://www.preventcancer.org): 2024 Early Detection Survey



leur dépistage. Plus de 70 % des personnes déclarent qu'elles sont plus susceptibles de programmer leur prochain dépistage après avoir reçu des messages sur les avantages de la détection précoce<sup>3</sup>.

La Fondation Publicis est soutenue par l'actrice et activiste contre le cancer du sein Jenna Fischer. Elle prête sa voix pour alerter les employeurs sur l'urgence de mettre en place des dispositifs permettant aux collaborateurs de prioriser les soins préventifs dans leur agenda. Jenna Fischer, qui s'est exprimée sur la détection précoce et le traitement de son propre cancer du sein triple positif de stade 1, joue dans le film de la campagne lancée à l'occasion de la Journée mondiale contre le cancer 2025.

Arthur Sadoun, Président-Directeur général de Publicis Groupe précise : « *En seulement deux ans, la mission de Working with Cancer visant à briser la stigmatisation du cancer sur le lieu de travail a touché la vie de plus de 35 millions d'employés, dans 2 500 entreprises à travers le monde. Aujourd'hui, nous allons encore plus loin avec Screening Time Off, une nouvelle initiative audacieuse pour éliminer les obstacles aux soins préventifs vitaux. Nous pouvons aider à sauver des vies en encourageant les collaborateurs à prioriser le dépistage du cancer pour une meilleure détection. C'est une étape cruciale dans notre engagement à accompagner les salariés du monde entier à se prémunir contre la maladie.* »

Toute l'information sur l'initiative [Screening Time Off](#)

Découvrir la campagne [ici](#)

Crédits:

Président/CEO Leo ; CCO Publicis France ; CEO/CCO Publicis Conseil : Marco Venturelli

Justine Dupont : Conceptrice Rédactrice

Filip Gonzacenco : Directeur Artistique

Creative Strategy Lead : Sarah Lemarie

International Business Director : Samira Maarouf

Account Executive : Lyne Abi Nader

Mélanie Martin : Directrice Artistique Junior

Lucas Da Horta : Concepteur Rédacteur Junior

Moë Moriyama : Motion Designer

Steven Carry : Motion Designer

Richard Leroy : Web Designer

#### À propos de Publicis Groupe - The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial de la communication. Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à l'exécution, en combinant la transformation marketing et la transformation digitale des entreprises. Publicis Groupe se positionne comme le partenaire privilégié dans la transformation de ses clients pour leur permettre de créer une expérience personnalisée à grande échelle. Le Groupe repose sur dix expertises regroupées au sein de quatre activités principales : la Communication, les Médias, la Data, et la Technologie. Il propose à ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans chacun de ses marchés. Le Groupe est présent dans plus de 100 pays et compte environ 103 000 collaborateurs.

[www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#) | [Instagram](#) | *Viva la Difference!*



## Contacts Publicis Groupe

|                |                                |                      |  |
|----------------|--------------------------------|----------------------|--|
| Amy Hadfield   | Directrice de la Communication | +33 (0)1 44 43 70 75 | <a href="mailto:amy.hadfield@publicisgroupe.com">amy.hadfield@publicisgroupe.com</a> |
| Valérie Rudler | Communication France           | +33 (0)1 72 32 44 74 | <a href="mailto:valerie.rudler@publicis.fr">valerie.rudler@publicis.fr</a>           |