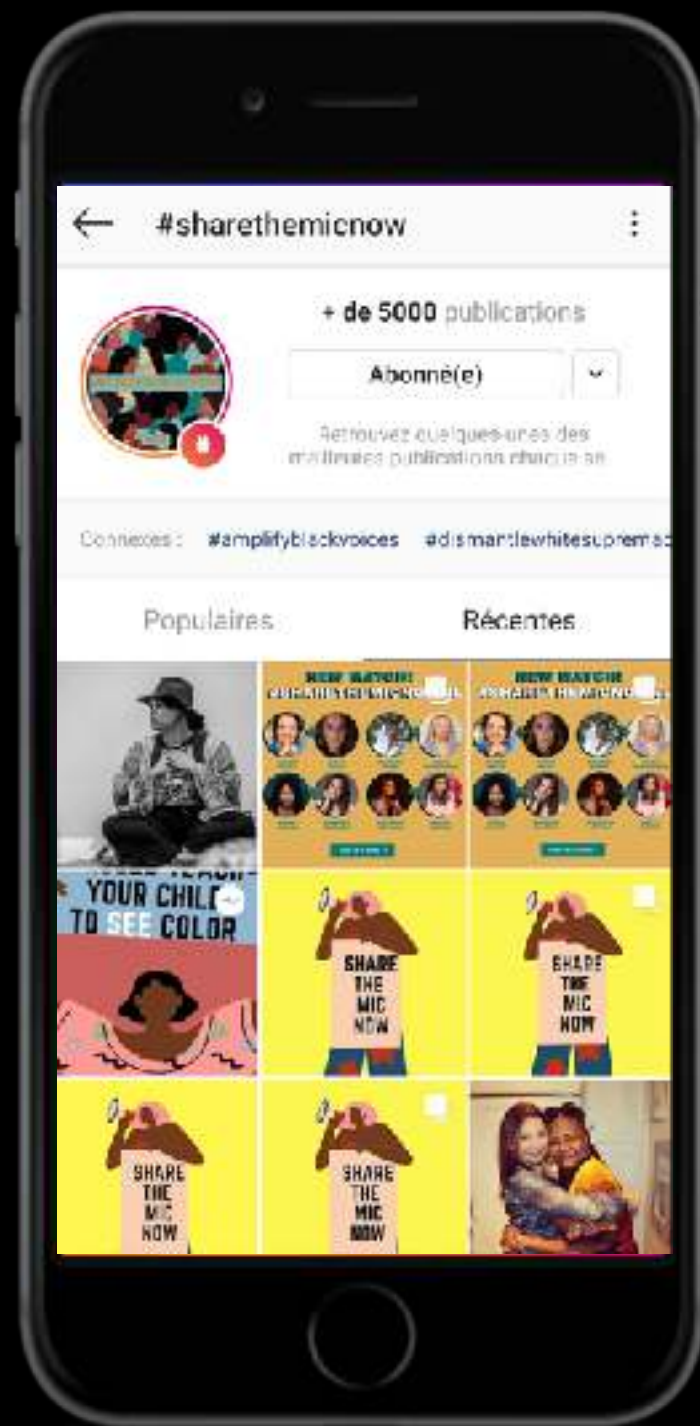



# Stop Talking, ACT ...

powered by attends30secondes™



#ShareTheVoiceNow

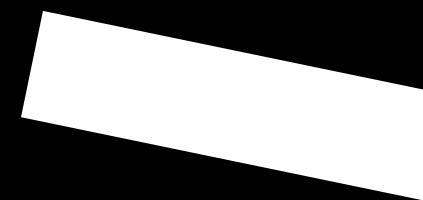
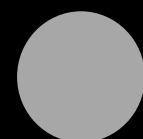
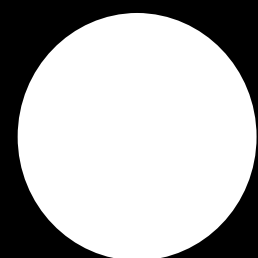
**#BlackLivesMatter** est plus qu'un mouvement, initialement fondé par l'activiste **Opal Tometi** c'est aujourd'hui une prise de conscience planétaire qui a pris le pas dans nos conversations ces derniers jours ... Aux États-Unis d'abord, puis globalisé dans le reste du monde, la prise de parole des marques a considérablement accélérée la réflexion sur les notions d'égalité et de diversité au sein des entreprises.

Pour ce deuxième feuilleton "Stop Talking, ACT"  powered by **attends30secondes™** nous avons recensé les initiatives pertinentes des entreprises qui ont mené un changement de fond et ont agi considérablement pour ne plus jamais laisser place à la négligence et à la violence ... Dans ce contexte précis, l'appel à l'activisme de marque est salué. Les entreprises adoptent de plus en plus ce que l'on appelle l'activisme de marque, prenant position sur des questions sociales, environnementales ou politiques. C'est une tendance dictée par le comportement des consommateurs, car de plus en plus de personnes attendent des entreprises qu'elles apportent une contribution positive à la société.



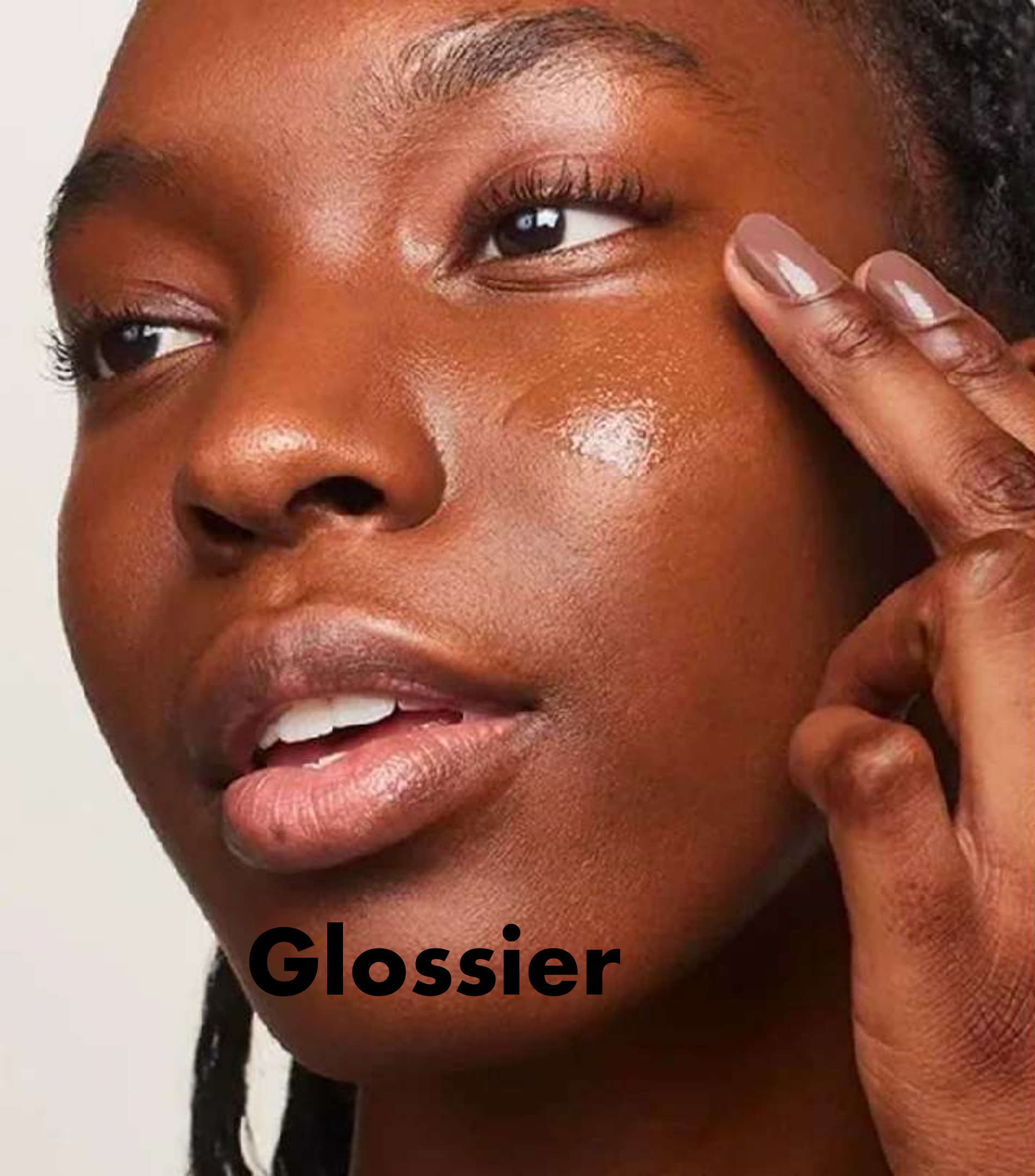
# Black Lives Matter

S'engager pour moins de discrimination est une chose, l'intégrer au sein de son entreprise en est une autre ...



# Best Initiatives Launched During Black Lives Matters





**Glossier**

We stand in solidarity with the fight against systemic racism, white supremacy, and the historic oppression of the Black community. Black Lives Matter.

We will be donating \$500K across organizations focused on combating racial injustice: Black Lives Matter, The NAACP Legal Defense and Educational Fund, The Equal Justice Initiative, The Marsha P. Johnson Institute, and We The Protesters.

In an effort to make an impact within our own industry, we will be allocating an additional \$500K in the form of grants to Black-owned beauty businesses—more details to come on this initiative in June.

We're inspired by so many people in our community who are using their voices and making change. We see you and are with you. For those looking for ways to take action, you can find resources for engagement and education in our Stories.



*Introducing Glossier's*

# Grant Initiative for Black-Owned Beauty Businesses



Juin 2020

La marque américaine Glossier est une marque engagée par essence. Très tôt, elle inclut ses clientes à la stratégie de communication de la marque. Forte de sa communauté active sur les réseaux sociaux et principalement sur Instagram, la marque d'Emily Weiss s'engage dans la lutte contre les violences policières et affiche clairement son soutien auprès du mouvement #BlackLivesMatter. Pour ce fait, elle donnera dans les semaines à venir la somme de 500 000 \$ auprès d'organisations dédiées à la lutte contre l'injustice raciale dont Black Lives Matter, NAACP, Equal Justice Initiative, We the Protestors, Johnson Institute et Marsha P. Ce après quoi, elle annonce dans une deuxième publication sur Instagram le lancement du *Grant Initiative for Black-Owned Beauty Businesses* soulignant la volonté de « créer un impact au sein de notre propre industrie ». Plus de détails devraient être précisés d'ici la fin du mois. Notons tout de même que la célèbre marque de skincare, n'a pas attendu qu'un tel mouvement apparaisse sur la toile pour s'engager réellement. Depuis sa création, la marque se veut inclusive. Au sein de son organisation comme dans ses différents plans de communication, la marque n'exclut pas les personnes racisés et affirme « nous nous tenons aux côtés de ceux qui luttent contre le racisme systémique, la suprématie blanche et l'oppression historique de la communauté noire ».



[Press Release](#)

Don't sit back and be silent.

**Nike**

For once, Don't Do It



Juin 2020

Mis à part Jordan Brands faisant un engagement de 100 millions de dollars, Nike Inc. a annoncé un engagement de 40 millions de dollars au cours des quatre prochaines années au nom des marques Nike, Jordan et Converse. Les fonds iront à des organisations qui placent la justice sociale, l'éducation et la lutte contre les inégalités raciales en Amérique au centre de leur travail. Ajoutons à cela, le soutien du propriétaire de la marque Phil Knight qui a lui seul versera une somme de sa fortune personnelle. Pour démontrer plus que jamais son engagement, Nike a créé un film manifeste *For once, Don't Do It*. Cette publicité est saisissante par les mots et veut démontrer le soutien de la marque à la communauté noire. Son slogan *Just Do It* a été changé en *Don't Do It*. Une vidéo publiée sur le compte Twitter de Nike qui comptabilise les 8,2 millions de followers de la marque en sensibilisant leurs audiences à ne pas « faire semblant qu'il n'y a pas de problème en Amérique » et à ne pas « tourner le dos au racisme ». Très vite, le grand public s'est empressée d'évoquer qu'il s'agissait du meilleur engagement jusqu'à maintenant.

Contre toute attente, la vidéo #UntilWeAllWin a été retweet par le concurrent historique Adidas, avec le message: « Ensemble, c'est la façon dont nous allons de l'avant ». Intéressant, cependant, Nike a rapidement subi un contrecoup pour son tweet, certaines personnes ont souligné que Nike n'a pas un seul noir dans son équipe de direction, même si la société aurait fait « des milliards de sportifs et de consommateurs noirs ».

 [Press Release](#)  
& [AD Film](#)



# Kering

Jean Liu, Tidjane Thiam et Emma Watson

Juin 2020

Élus le mardi 16 juin lors de l'assemblée générale du groupe, Jean Liu, Tidjane Thiam et Emma Watson rejoignent le conseil d'administration de Kering en qualité d'administrateurs. Jean Liu apportera au conseil sa grande expertise en matière de nouvelles technologies et sa connaissance du marché chinois. Tidjane Thiam apportera au conseil son expertise financière approfondie et sa connaissance des marchés globaux. Emma Watson apportera au conseil son engagement en matière de développement durable et de défense des droits des femmes.



[Press Release](#)



**Reddit**



Juin 2020

Le co-fondateur de Reddit , Alexis Ohanian, a démissionné du conseil d'administration de la société la semaine dernière dans le but de pousser la plateforme à se diversifier. Mercredi, Reddit a tenu sa promesse d'embaucher un noir au sein de son conseil d'administration, en nommant Michael Seibel, PDG de Y Combinator . Celui qui a cofondé Reddit en 2005 avec Steve Huffman et Aaron Swartz, a déclaré à CBS *This Morning* que quitter l'entreprise était une "décision difficile", mais qu'il l'avait fait pour sa fille de 2 ans et son épouse Serena Williams. Un seul objectif en tête, insuffler le changement ... pourvu que ça dure.



[Press Release](#)

WE MUST  
DISMANTLE  
WHITTE  
SUPREMACY

Juin 2020

Ben et Jerry's est l'une des toutes premières marques à avoir exprimé son soutien, après le meurtre de George Floyd. En publiant une déclaration forte dénonçant une « culture de la suprématie blanche » en Amérique, la marque prend position.

Clairement, ce n'est pas la première fois ! Elle avait déjà affirmé son soutien au mouvement #BlackLivesMatter en 2016. Sur son blog, on y retrouve un grand nombre d'articles de la marque dont un qui explique ce qu'est le racisme systémique et un autre soutenant la réforme de la justice pénale initiale. Cette dernière déclaration inscrit Ben & Jerry's au patrimoine des marques les plus engagées socialement à l'échelle du monde. Pour l'heure, elle a annoncé vouloir soutenir la lutte contre les violences policières. Le message intitulé « Le silence n'est PAS une option » a commencé par un appel à tous les américains pour ne pas oublier le récent meurtre de George Floyd dans les rues de Minneapolis, mais aussi d'Ahmaud Arbery et Breonna Taylor. La déclaration de Ben & Jerrys s'est démarquée de manière significative. Cette histoire et la puissance de la dernière déclaration ont prouvé à beaucoup que les paroles de Ben & Jerry étaient authentiques.



[Press Release](#)



**BAND-AID**<sup>®</sup>  
BRAND ADHESIVE BANDAGES



Juin 2020

Band Aid a annoncé la commercialisation d'une nouvelle gamme de pansements couvrant des nuances « claires, moyennes et profondes de tout type de peaux. Cela fait directement écho aux récents événements liés à #BlackLivesMatter où la marque a opéré une diversification de ses produits. Ce choix intervient près de 99ans après le lancement de la marque qui appartient aujourd'hui au groupe Johnson & Johnson. C'est sur son compte Instagram qu'elle entend faire savoir que son engagement est total avec la communauté noire. L'entreprise n'a pas communiqué sur la moindre date de mise en vente.

Plusieurs internautes s'opposent directement à Band-Aid suite à une pétition mise en ligne en 2015 relatant de ce sujet et qui n'avait obtenu aucune réponse de la marque. Pour eux, c'est trop tard ! Depuis, de nombreuses entreprises fournissent des pansements dans diverses nuances, y compris les marques *black-owned* Browndages et Tru-Color, qui a été lancé par un père adoptif qui voulait des produits pour son fils. L'année dernière, une série de tweets émotionnels d'un homme noir qui a utilisé un bandage qui correspondait à son teint pour la première fois a suscité plus de 650 000 réactions sur Twitter.



Press Release  
& [Tweet](#)

**BLACK**

**LIVES**

**MATTER**

Juin 2020

#BlackLivesMatter entraîne un tournant majeur qui vient s'opérer dans les entreprises et on observe intelligemment ceux qui initient des actes concrets et durables. Ainsi, la très célèbre agence américaine Wieden + Kennedy connue pour son client historique Nike a publié hier sur son compte Instagram, un manifeste retentissant et confirme plus que jamais son engagement profondément sincère pour la communauté noire du monde entier. Un statement qui s'aligne avec les valeurs de l'agence « Si vous ne soutenez pas ce sentiment en tant que client, nous vous aiderons volontiers à trouver une autre agence » ...



[Manifesto](#)



**LinkedIn**

#TransformHER2020

Juin 2020

LinkedIn a lancé le programme TransformHER visant à valoriser les femmes noires dans la technologie. Une initiative qui s'accroît autour de la représentation de la communauté noire dans les métiers du numérique. L'enjeu est de constituer des ressources et donner accès aux connaissances de qualité. TransformHER est conçu pour contribuer à la carrière des femmes noires dans la technologie et leurs alliés pour construire une communauté efficace et tirer parti du réseau pour soutenir l'avancement dans leur carrière. Le projet est accessible depuis le groupe LinkedIn qui comptabilise plus de 2000 membres actifs.



[Replay Live](#)



# attends30secondes™

**Innovation & Creative Lab**  
Social Media Is **Entertainment** ...

bonjour@attends30secondes.co

[www.attends30secondes.co](http://www.attends30secondes.co)