



Communiqué de presse,
Boulogne-Billancourt, 3 octobre 2017.

Quatre nouveaux clients pour Sidièse, l'agence de communication (plus) responsable

Sidièse, agence spécialisée en communication responsable est ravie d'accueillir quatre nouveaux clients : d'un côté le chocolatier Valrhona, le groupe Moët Hennessy investissent pour valoriser et partager leur démarche RSE ; de l'autre l'agence accompagne le Groupe Adecco à positionner Humaneo Pluriels, sa nouvelle filiale de recrutement solidaire et la Ligue contre le cancer confie à l'agence la création des outils de communication de ses Espaces Ligue.

Tous les indicateurs sont au *green* pour Sidièse !

A fond sur la *food* !

Valrhona, le célèbre chocolatier français de Tain-l'Hermitage (Drôme) investit dans une stratégie RSE ambitieuse. Après compétition d'agences, les équipes Valrhona ont choisi Sidièse pour les accompagner dans leur communication sur ce volet social et environnemental. Une première prise de parole sur l'éco conception de ses nouveaux ballotins est en cours.

Moët Hennessy a, également, choisi Sidièse pour l'accompagner dans la refonte de sa plateforme de communication RSE. Le Groupe est engagé avec ses maisons sur un grand nombre d'enjeux sociaux et environnementaux. La démarche structurée autour de quatre piliers a l'ambition de reporter et promouvoir leurs initiatives et accélérer le partage des meilleures pratiques.

Solidaire et social s'affirment

Humaneo Pluriels, la nouvelle filiale de recrutement solidaire du Groupe Adecco qui participe à la réintégration de publics éloignés de l'emploi, a choisi l'agence pour accompagner sa création et la réflexion sur son identité (conseil stratégique, positionnement de l'offre).

La Ligue contre le cancer a confié à Sidièse la création des nouveaux outils de communication de ses Espaces Ligue, lieux d'accueil gratuits ouverts aux malades et à leurs proches.



À propos de Sidièse

Aujourd'hui, quand fuse la réaction "c'est de la com' " (et elle fuse souvent, hélas), cela signifie qu'on n'y croit pas. Et de fait, au fil des années, nous avons vu peu à peu s'éroder la confiance des consommateurs-citoyens dans le discours des entreprises et des institutions. Nous, Sidièse, pensons que ce constat est central. Il doit être traité par les communicants. Car, si certaines campagnes surperforment encore, les indices moyens de confiance, eux, s'érodent nettement. Indépendants de capitaux et d'esprit, nés en 1999 avec le web, nous avons grandi dans le multicanal, nous savons que tout ne tient pas aux médias utilisés, mais aussi à la considération pour les publics, à leur écoute.

Trouver les nouvelles façons de se parler, grandir en sincérité des messages, écouter davantage ces "présomés incompetents" que sont les non-communicants, collaborer plus avec eux, travailler autrement les messages qui peinaient et peinent encore à passer... Retrouver l'oreille des gens pour rétablir la communication. **En un mot : RECONNECTER.**

Contact presse

Gildas Bonnel

T. 01 41 31 78 70

Email : gbonnel@sidièse.com

Site web : www.sidièse.com