



KANTAR

LE HANDICAP & LA PUBLICITÉ

COM-ENT le 28 janvier 2022

Le Handicap & la publicité

Réelle évolution ou handicap-washing ?

I. INTRODUCTION & CHIFFRES SUR LE HANDICAP

- Volume et évolution des créations publicitaires incluant le Handicap
- Secteurs et annonceurs représentant le Handicap dans leurs publicités

II. QUELLE REPRÉSENTATION DU HANDICAP EN PUBLICITÉ ?

01. DIFFÉRENTS LEVIERS DE COMMUNICATION

- Empowerment
- Humour
- Innovations
- Le handicap par les personnes en situation de handicap

02. SENSIBILISATION DES MARQUES & MÉDIAS

- Engagement
- Évolution
- Médias

03. QUELLE SUITE ?



Le Handicap en publicité – Quel volume de créations depuis 25 ans ?

Une très faible représentation en publicité

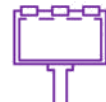
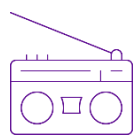
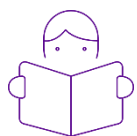
Volume et évolution des créations publicitaires intégrant le Handicap*

De janvier 1997 à janvier 2022

3 964

nouvelles créations publicitaires
en 25 ans

Soit <1% du marché global

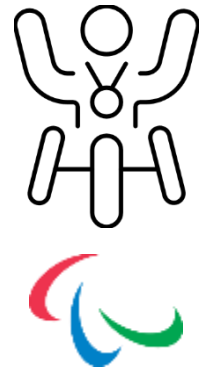
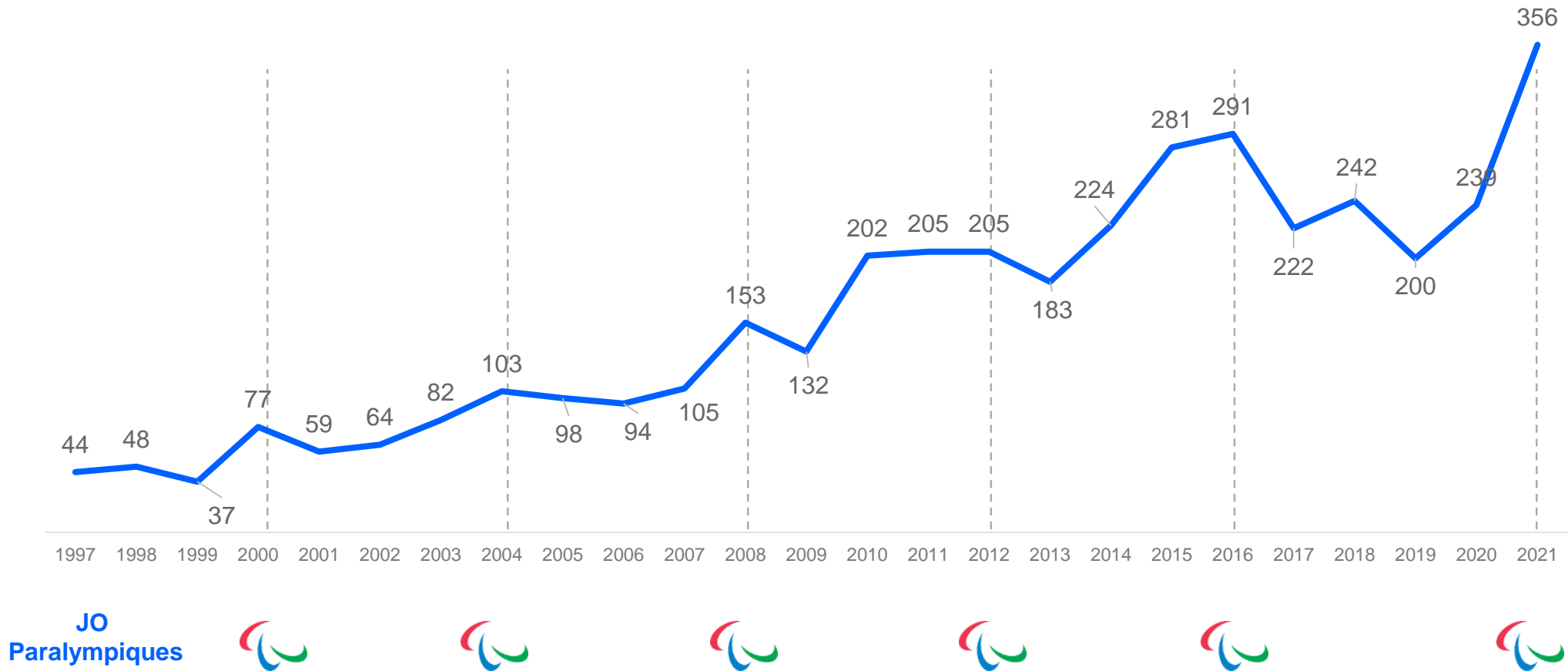


939
annonceurs
dont
814 non-ONG

Le Handicap en publicité – Quel volume de publicités depuis 25 ans ?

Lente progression dans le temps mais accélération en 2021

Nombre de créations publicitaires intégrant le Handicap*



Naturellement, la période des paralympiques génèrent un peu plus de visibilité dans les messages des marques

Le Handicap en publicité – Focus écrans Sport des JO vs Paralympiques

Indicateurs clés de l'activité publicitaire autour des retransmissions TV – 2021 vs 2016

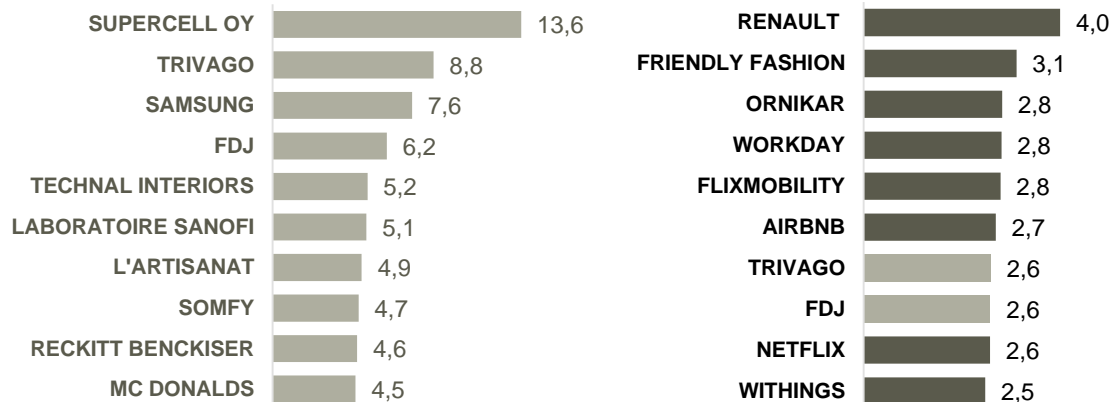


20,3

millions d'€ bruts

158 annonceurs

Top 10 annonceurs - en millions d'euros bruts



17,3

millions d'€ bruts

164 annonceurs

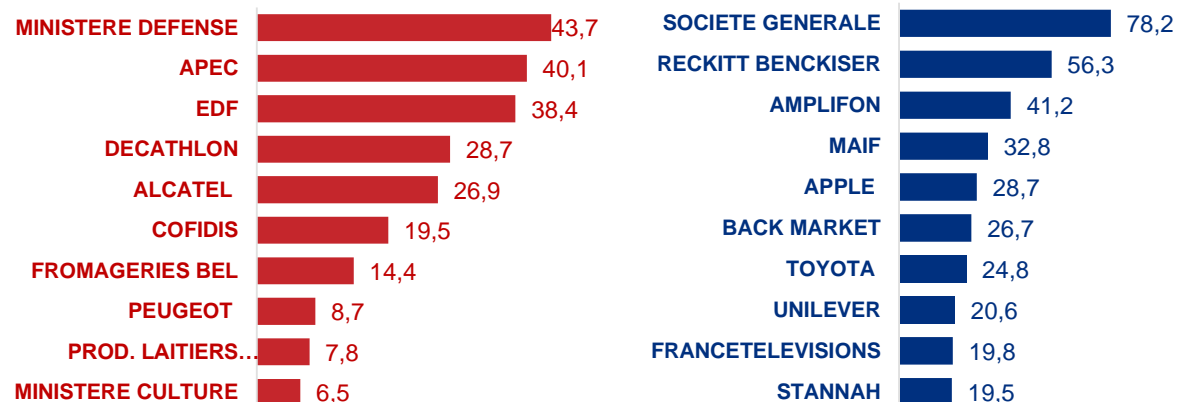


287

K€

35 annonceurs

Top 10 annonceurs - en milliers d'euros bruts



842,8

K€

105 annonceurs

Le Handicap en publicité – Quels secteurs sont les plus présents ?

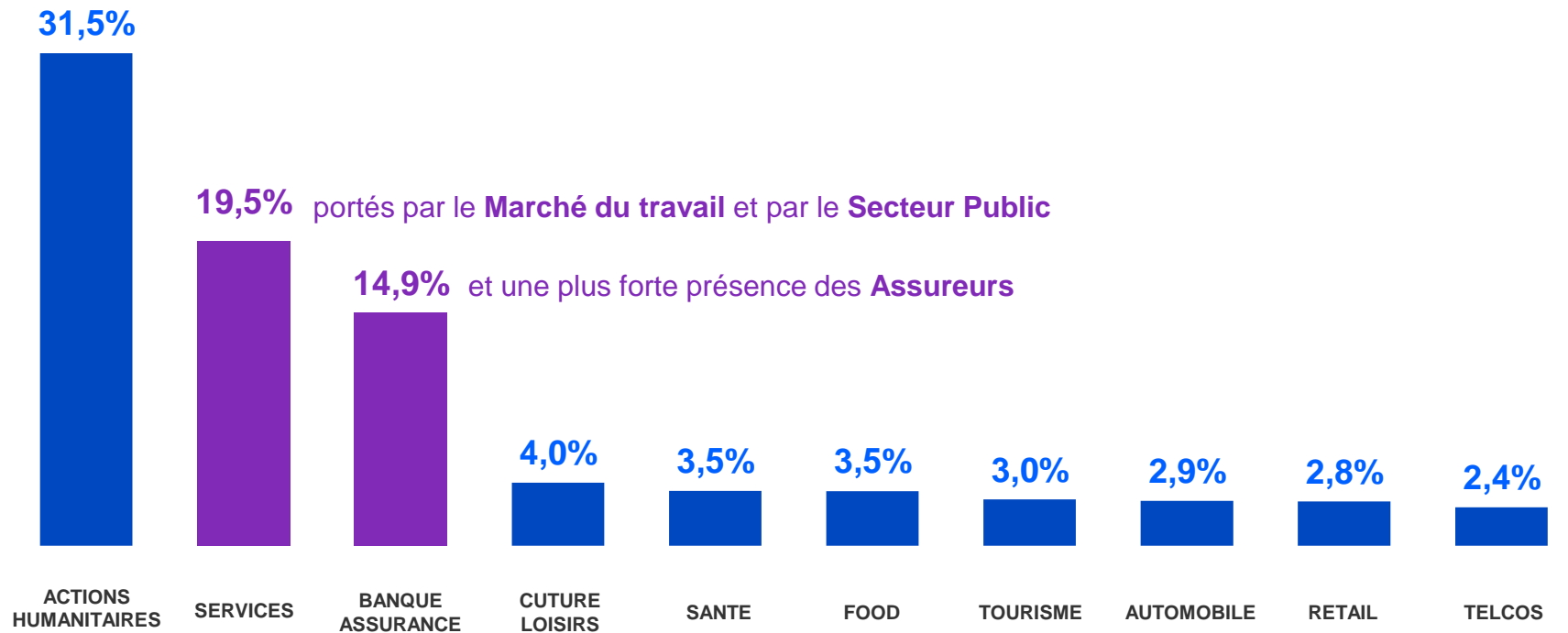
Près d'1/3 des créations émanent des ONG

Volume et évolution des créations publicitaires intégrant le Handicap*

De janvier 1997 à janvier 2022



Top 10 secteurs sur la base du volume de créations publicitaires



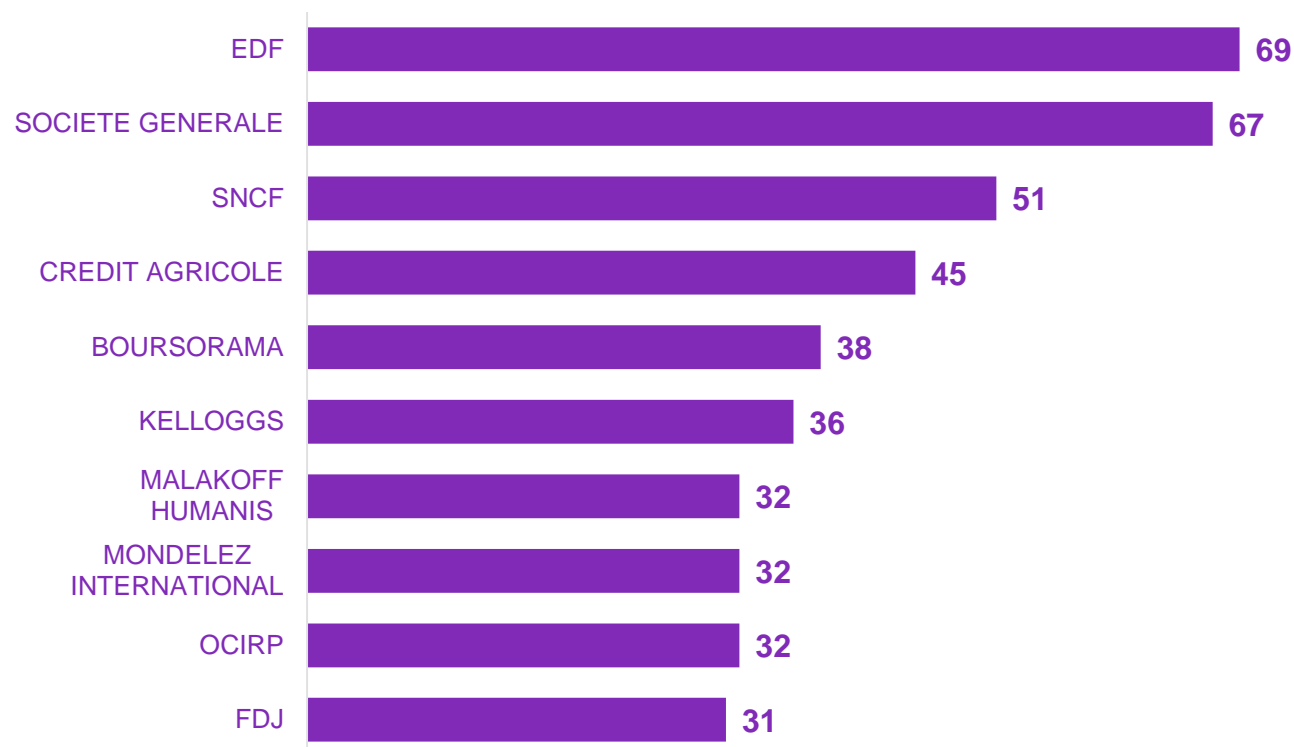
Le Handicap en publicité – Quels annonceurs positionnés sur le sujet ?

Banques & assureurs, grandes entreprises nationales et ministères dominent le palmarès annonceurs

Top annonceurs sur la base des créations publicitaires intégrant le Handicap*

Hors Actions Humanitaires

De janvier 1997 à janvier 2022



Le Handicap en publicité – 3 typologies de publicités

Les campagnes inclusives se développent progressivement dans tous les secteurs

1

Parler du Handicap

ONG & Humanitaire



2

Sensibiliser au Handicap

Sponsors & partenaires sportifs
Marques employeurs



3

100% INCLUSION

Toutes marques



« Vous n'avez pas besoin d'être handicapé pour être différent, car nous sommes tous différents »

«Je suis né un jour bleu » - Daniel Tammet



**LE HANDICAP,
QU'EST-CE QUE C'EST ?**



12 millions
de Français

soit
20% de la population



Et aujourd'hui ?

« Invalides », « estropiés », « incurables »... puis « handicapé », « personne handicapée » et aujourd'hui « personne en situation de handicap ».

Ces mots ont une valeur et cette évolution sémantique raconte un combat : **sortir d'une stigmatisation** à une **entière citoyenneté**, une **entière intégration**.

Une évolution de la société qui porte un regard moins discriminant.

LE HANDICAP, QUELLE ÉVOLUTION PUBLICITAIRE ?



Et en publicité... perçue comme réflecteur de notre société

1
CHARITÉ



Ronald McDonald
House Charities
United Kingdom

Keeping families with
sick children together.

Ronald McDonald House Charities (UK) is an independent charity registered in England and Wales (802047) and in Scotland (SC040717).

2
OPPORTUNISME



3
RÉALITÉ



Virgile, 5 ans

Virgile a une épée de chevalier, un kimono, une trottinette verte et 3 chromosomes 21.

La différence est une chance



4
POSITIVISME





Et en publicité...

Va-t-on voir apparaître une évolution dans le fond ?

Dans la forme ?

Y a-t-il une mixité des personnes représentés (enfant, adultes, personnes âgées, de couleurs... ?)

01. DIFFÉRENTS LEVIERS DE COMMUNICATION

- Empowerment
- Humour
- Innovations
- Le handicap par les personnes en situation de handicap

02. SENSIBILISATION DES MARQUES & MÉDIAS

- Engagement
- Évolution
- Médias

03. QUELLE SUITE ?





01

**DIFFÉRENTS LEVIERS
DE COMMUNICATION**

1. EMPOWERMENT

L'ADVERSITÉ

LACOSTE x LAURENT CHARDARD

« *Le 9^e couloir* »

Véhiculer les valeurs du
dépassement de soi

Le soutien d'une seule équipe de
France, sans distinction des valides
& invalides



1. EMPOWERMENT

LE SPORT

DECATHLON

« *Le sport rend le monde meilleur* »

Le sport comme lien fédérateur

Pas de distinction entre valides et
invalides : rompt la marginalisation



1. EMPOWERMENT

LE SPORT

THE NORTH FACE

« Never stop exploring »

Le sport sans distinction

C'est l'esprit qui permet d'atteindre ses buts, pas un corps

Inspirer les explorateurs de demain



1. EMPOWERMENT

À L'ENCONTRE DES DIKTATS

*GUCCI X ELLIE GOLDSTEIN ; PRIMARK ;
ZALANDO...*

Redéfinition de la beauté, une
beauté assumée dans une industrie où
le corps compte beaucoup

Pousse la société à évoluer et à
s'accepter





© Mars 2016



2. L'HUMOUR

LÉGÈRETÉ

MALTESERS

« *Look on the light side* »

Rigoler « avec » et non rigoler
« d'eux »

L'humour comme force puissante de
changement



2. L'HUMOUR

IMPERTINENCE

FRANCE TV x *Vestaires*

Situations du quotidien tournées en humour, poésie & impertinence

2 ans pour imposer le programme à l'antenne pour seulement 3min de diffusion

3. INNOVATIONS

NOUVELLES TECHNOLOGIES

MICROSOFT

« *Xbox adaptive controller* »

3 années de développement :
manette facile d'utilisation, adaptable &
abordable

Programme d'accessibilité,
développement d'autres produits

Donner l'accès au gaming à tous



3. INNOVATIONS

TEXTILES

TOMMY HILFIGER

MARKS & SPENCER

Pour que les **gestes du quotidien** ne soient plus un défi

Aucune différence avec les collections classiques

M&S : en collaboration avec les enfants



4. LE HANDICAP PAR LES « HANDICAPÉS »

DÉSACRALISER

TIKTOK x Arthur Baucheron et pleins d'autres !

Des ambassadeurs qui prônent leur différence

De nouvelles égéries qui reflètent la société

Education : parlent librement, sans tabou, sans honte, de manière simple et sincère



4. LE HANDICAP PAR LES « HANDICAPÉS »

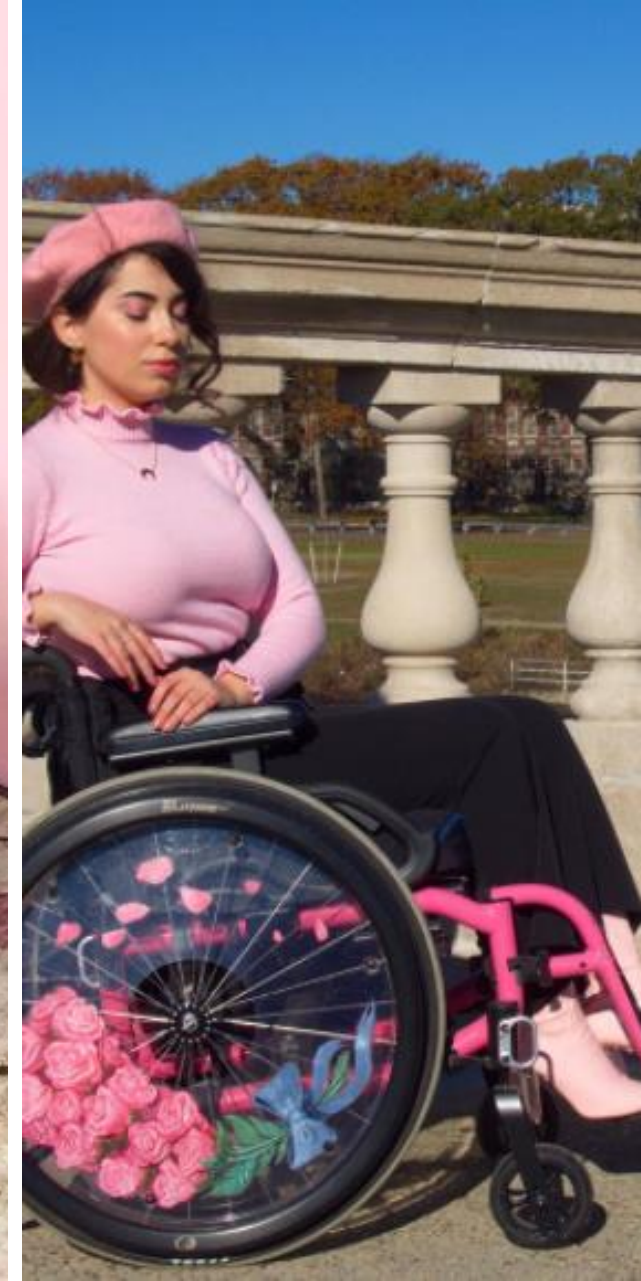
BODY POSITIVISME

INSTAGRAM x Emily Davidson ; Elsa Makeup ; Elsie Tellier... et pleins d'autres !

Prône la **beauté de tous** les corps

Normalisation du handicap

Deviens même un **accessoire de mode**



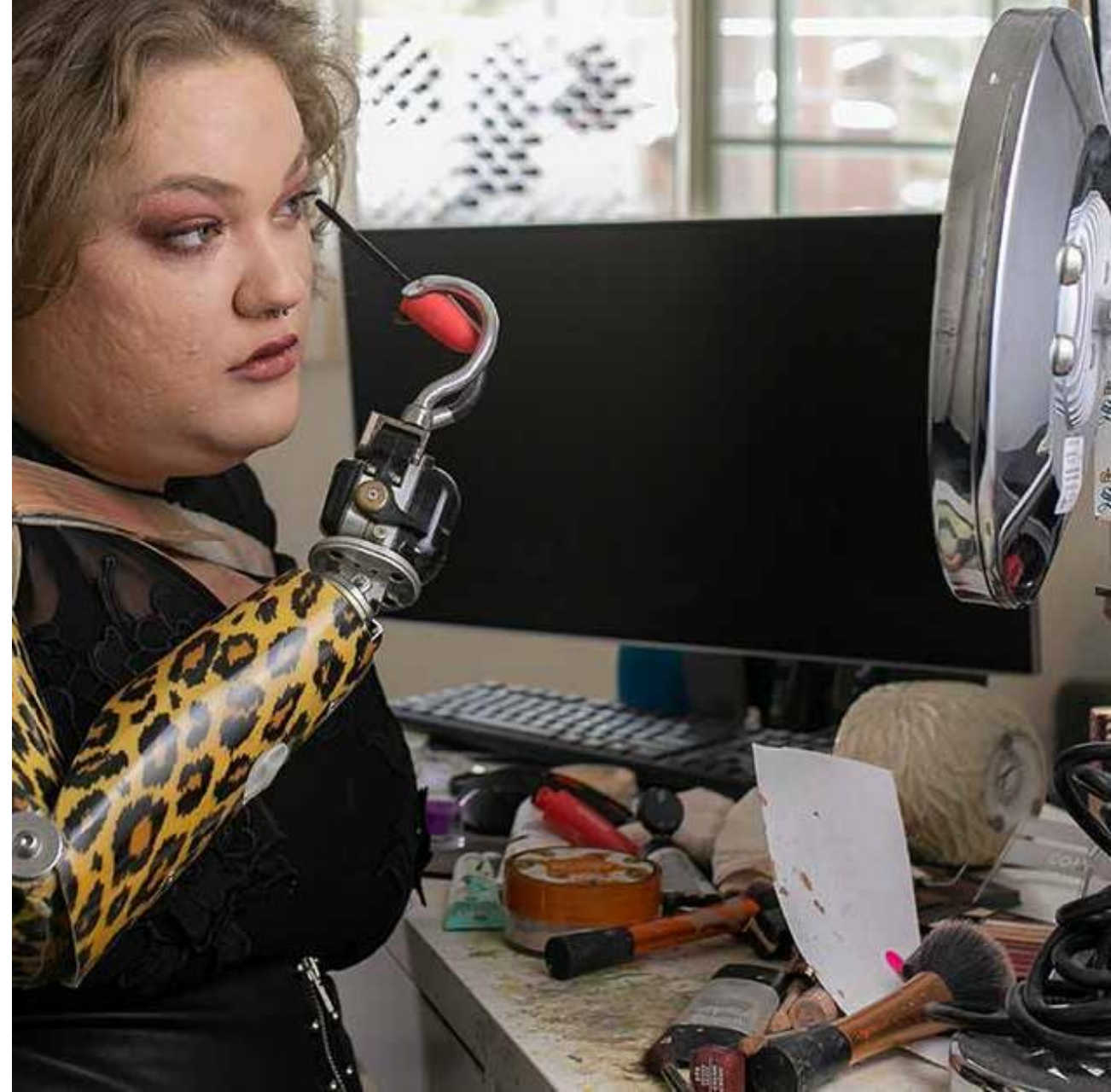
4. LE HANDICAP PAR LES « HANDICAPÉS »

SANS DISTINCTION

*YOUTUBE x Jordan Bone ; Kaitlyn Dubrow... et
pleins d'autres !*

Le handicap n'empêche ni la beauté,
ni les voyages, ni les tutos...

Des influenceuses mode, beautés,
voyage





02

**SENSIBILISATION DES
MARQUES & MÉDIAS**

1. ENGAGEMENT


AJUSTEMENT

SUPER U

Un magasin plus accueillant

Concept étendu à **1600 magasins**

Inclusion

 Super U ANNONAY 🧡 se sent relax à Super U ANNONAY.
11 novembre 2019 - Annonay · 🌐

Connaissez vous les moments paisibles ? 🧡
Tous les mardis après-midi de 12h30 à 15h00, votre magasin Super U Annonay s'engage, en partenariat avec [Au p'tit répit : assistante maternelle de répit](#), à favoriser une plage horaire en faveur des personnes atteintes de troubles d'hypo ou d'hyper sensibilité ou sensorialité tel que l'autisme.
Pour cela, les lumières sont tamisées et les nuisances sonores atténuées. 🧡🧡
C'est aussi cela d'être commerçant autrement.
[#penseratous](#) [#oklm](#)



1. ENGAGEMENT

PROGRAMMES

CAISSE D'ÉPARGNE

« *Pour des Jeux utiles à tous* »

Au-delà d'une publicité, un **programme** de soutien de **5 engagements**

Le Sport pour véhiculer les valeurs du dépassement de soi



1. ENGAGEMENT

COMBAT

IKEA « This Able » + Programme interne

AMAZON Programme interne

IKEA : Des produits adaptés dans la vie de tous les jours

IKEA & AMAZON : Programme égalité, diversité & inclusion



1. ENGAGEMENT

INTÉGRATION

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

« Among Us »

Création d'un jeu : **promouvoir la diversité** de façon ludique

Partenariat avec le streamer Doigby depuis sa chaine Twitch

6 skins présentant **6 handicaps**



WHEELSMITH
UTILISATEUR FAUTEUIL

Wheel Smith a pris place dans un fauteuil et ça ne l'a pas empêché d'aller encore plus vite grâce à son **fauteuil planant**.



ARM FATAL
PROTHÈSE

L'Arm Fatal dispose d'une **prothèse de bras extensible** pour attraper un joueur pendant quelques secondes.



MC SONAR
MAL-ENTENDANT

Mc Sonar a une audition réduite... Mais ce qu'il a perdu en audition, il le compense avec son **ultra vision** !



SAM FISHEYE
MAL-VOYANT

Sam Fisheye a perdu la vue... et développé une **super audition** ! Il peut entendre mieux que les autres toutes les actions de jeu.



JUSTIN VISIBLE
HANDICAP NON-VISIBLE

Si son handicap est invisible, il est aussi sa force. Avec sa super concentration, Justin dispose d'un **pouvoir d'invisibilité**.



SMOL
PERSONNE DE PETITE TAILLE

Smol peut prendre l'**apparence et le pouvoir** d'un autre joueur durant un court laps de temps.



2. ÉVOLUTION

MOBILITÉ POUR TOUS

TOYOTA

« *Start Your Impossible* »

La mobilité est un droit humain

La **technologie** pour faire avancer

Engagement de long terme



2. ÉVOLUTION

SANS DISTINCTION

*SERVICE D'INFORMATION DU
GOUVERNEMENT « France relance »*

*KELLOGG'S « Vous c'est vous, nous c'est
le p'tit dej' »*



La dynamique de la France passe par
tous, dans distinction

Diversité des Français

Rompt avec la marginalisation



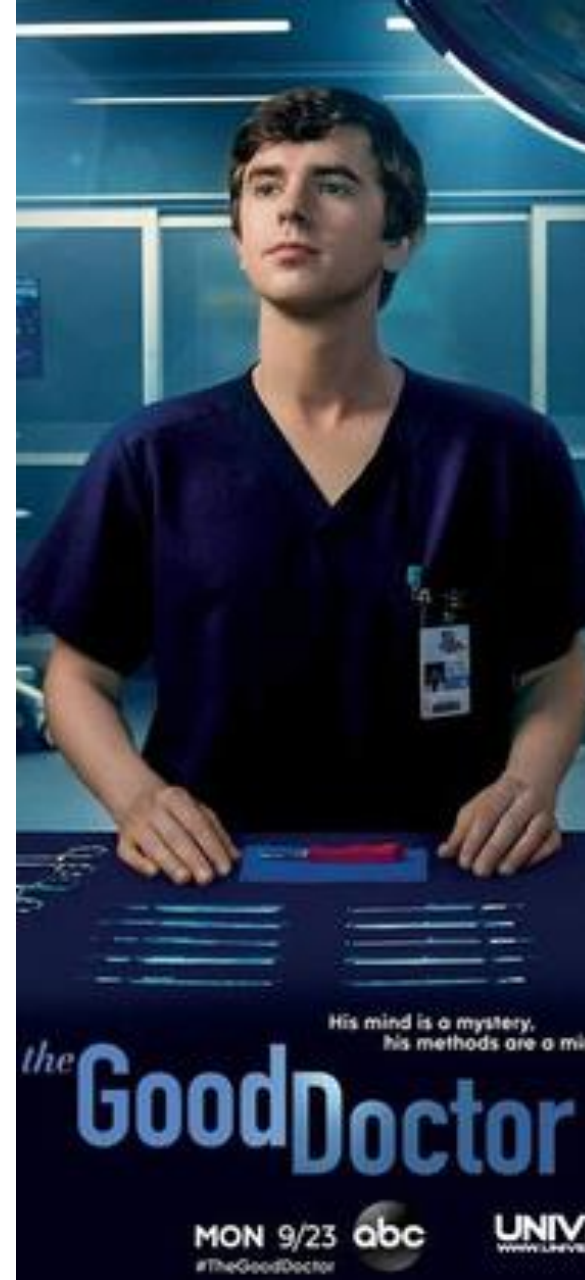
3. LES MÉDIAS

INCLUSION

TF1 x The Good Doctor, Les 12 Coups de Midi
FRANCE TV x Skam...

Le Handicap porté par les
personnages principaux

Mieux connaître les différents
handicaps, les « **démocratiser** »,
éduquer





03

QUELLE SUITE ?

1. ÉVOLUTION DANS LE FOND

CHAMPAGNE DE SOUSA

Vidéos traduites en langue des
signes

Évolution de la communication



1. ÉVOLUTION DANS LE FOND

Images plus **positives**, désacralisation

Images **d'inclusion**

Images à l'encontre des **diktats** de la société



DES CAFÉS
PAS COMME
TOUT
LE MONDE*



En grains, capsules et moulu
sur cafejoyeux.com



JOYEUX

Agence 1010 Photo: Adis Suresh



2. MOINS D'ÉVOLUTION DANS LA FORME

AGENCE ZEBEDEE - LONDRES

**Lutter contre le manque de
représentativité** en publicité, cinéma
ou mode

Ouverture des opportunités

3. ET PARCE QU'IL N'Y A PAS QUE LES HOMMES...



ET DEMAIN ?

Mettre un terme à la marginalisation et aux idées reçues

Normaliser les personnes en situation de handicap, ça passe aussi par la normalisation dans la vie quotidienne. Il faut mettre l'accent sur leurs compétences : par exemple, une personne en fauteuil roulant peut tout à fait occuper un job de cadre dans une entreprise : c'est sa mobilité qui lui fait défaut, pas ses capacités intellectuelles. Le seul critère d'embauche : les compétences.

Ca passe également par des l'aménagement des lieux, transports...

Alors ? Et si dans 5 ans on avait des élus au gouvernement handicapés ? Des présentateurs TV ? Des DG d'entreprises ? Plus de personnels de vente ? ...



Step free Route

A close-up, low-angle shot of a person's legs and feet walking on a dark, wet surface. The surface is covered in numerous small water droplets and light reflections, creating a shimmering effect. The person's legs are in motion, and their feet are visible, suggesting they are walking. The overall atmosphere is dark and moody, with a focus on texture and light play.

KANTAR

MERCI