

**INFORME DE
SOSTENIBILIDAD
ESPAÑA 2020**

HAVAS
IMPACT +

Índice

**NUESTRO OBJETIVO SOCIAL
EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA**

COMPROMISOS SOCIALES

ACREDITACIONES Y ADHESIONES

TRANSPARENCIA Y ANTICORRUPCIÓN

UN AÑO CON IMPACTO: HIGHLIGHTS 2020

HAVAS IMPACT+ ENVIRONMENT

HAVAS IMPACT+ PEOPLE

DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN

DESARROLLO, CRECIMIENTO Y WELLBEING DE
NUESTRAS PERSONAS

VOLUNTARIADO Y APOYO A ACCIONES SOCIALES

HAVAS IMPACT+ MEANINGFUL COMMUNICATIONS

NUESTRA COMUNICACIÓN MÁS RESPONSABLE

**NUESTRA ESPECIAL RESPUESTA SOCIAL
A LA CRISIS COVID-19**

HAVAS
IMPACT +

POSITIVELY IMPACTING THE WORLD

Después de un 2020 tan complejo y desconcertante, es para mí un orgullo presentar este Informe de Sostenibilidad de Havas Group Spain.

Quiero transmitir mi más sincero agradecimiento a todas las personas que vienen dedicando su esfuerzo, constancia y dedicación a la mejora de la sociedad y el planeta; especialmente en momentos tan complejos como los que estamos viviendo.

Nuestro compromiso social que empezó hace más de 10 años asesorando a las marcas sobre como debían abordar sus proyectos de responsabilidad social para ser más relevantes (Meaningful Brands), se consolida y expande como prioridad para el grupo lanzando **Havas Impact +**.

A través de esta nueva marca Havas Impact +, queremos impulsar un cambio positivo en la sociedad, girando sobre 3 pilares fundamentales: **Environment, People y Meaningful Communication**. Por supuesto siempre aportando ideas, creatividad, innovación y medios que son nuestras capacidades como grupo.

De esta manera reforzaremos así nuestro compromiso al llamamiento universal de Naciones Unidas para apoyar la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, pacto al que desde el 2016 nuestro grupo está comprometido y por el que no dejaremos de luchar en esta década de la acción 2020-2030 que tenemos por delante.

Estamos orgullosos de mostrar nuestro impacto positivo durante 2020 y que, sin duda, en 2021 seguiremos esforzándonos en mejorarlo.



Alfonso Rodés
Presidente de Havas Group España

**Nuestro objetivo en la
industria publicitaria.**

WAVAS
GROUP

Nuestro objetivo en la industria publicitaria.

Our way to better.

Como actor económico con más de 20.000 personas en todo el mundo, tenemos un papel que desempeñar para hacer del mundo un lugar mejor. Tenemos que enfocarnos en acciones con impacto positivo hacia una sociedad más inclusiva y sostenible. Este es sin duda el propósito tanto de nuestra estrategia Meaningful como de nuestra política RSC.

Durante los últimos años, hemos hecho de la responsabilidad social corporativa una parte integral de todo lo que hacemos y, desde 2009, nos comprometimos a operar como un negocio responsable, aprovechando nuestro poder para lograr un cambio positivo y minimizar cualquier impacto negativo en la sociedad.

REDUCIR

los impactos sociales, éticos y ambientales negativos asociados a nuestro negocio.

MAXIMIZAR

nuestras contribuciones positivas a la sociedad.

El impacto de esta responsabilidad y compromiso debe apreciarse en todos nuestros stakeholders: gobiernos y autoridades regulatorias de nuestra industria, nuestras personas, nuestros clientes y proveedores, nuestros competidores, y la sociedad en general de ciudadanos y consumidores hacia los que creamos nuestras estrategias y comunicaciones. Y adicionalmente, consideramos al medio ambiente como un grupo relevante más que debe apreciar nuestro compromiso.

Compromisos sociales.

IIAVAS
GROUP

Desde 2009 el Grupo ha establecido unos compromisos que definen nuestro progreso social y que están presentes en toda la cadena de valor del negocio.

1

SALUD Y RESPONSABILIDAD LABORAL

Promover un ambiente de trabajo agradable y saludable que apoye el crecimiento y el desarrollo de las personas.

2

COMPRAS RESPONSABLES

Reforzar las políticas de compras de nuestra cadena de suministro socialmente responsables.

3

TRANSPARENCIA Y ÉTICA

Promover la transparencia y la ética en nuestro negocio.

4

CREACIÓN DE NEGOCIO RESPONSABLE

Crear y difundir acciones y comunicaciones de responsabilidad social a través de nuestras agencias y en colaboración con clientes y partners.

5

HUELLA AMBIENTAL

Reducir la huella ambiental de nuestras operaciones.

6

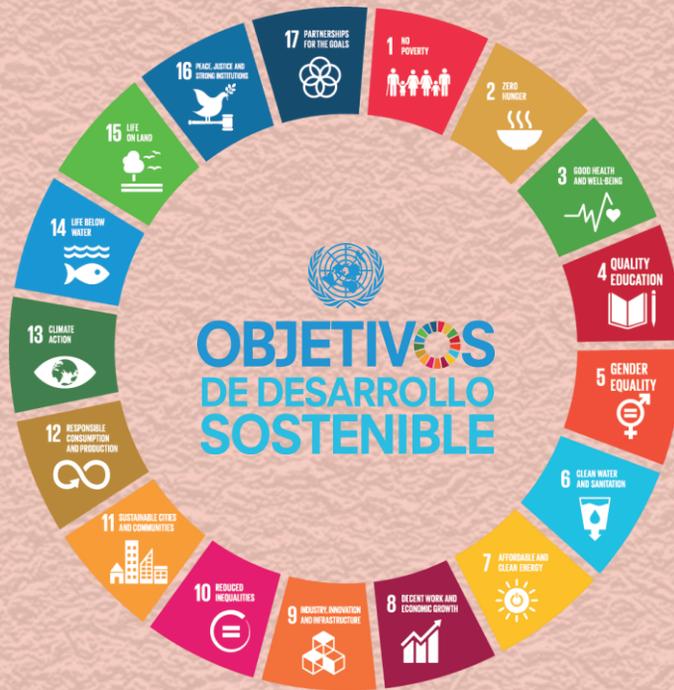
CAMBIO CLIMÁTICO

Mantener nuestro compromiso de colaboración para reducir el cambio climático.

7

REALIDAD SOCIAL LOCAL

Contribuir a solucionar problemas de índole local que afecten a la sociedad española.



Nuestra estrategia RSC y nuestros Compromisos Sociales están alineados y refuerzan el llamamiento universal de Naciones Unidas para apoyar la **Agenda 2030** y sus **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible**.



La década de acción exige acelerar las soluciones sostenibles dirigidas a los principales desafíos del mundo (2020-2030).

Concretamente, nuestras acciones están enfocadas en estos 7 ODS:



Acreditaciones y adhesiones.

Acreditaciones y adhesiones



Havas Group está adherido al **Pacto Mundial de la ONU** desde 2003. Su fin es transformar el mercado global, potenciando un sector privado sostenible y responsable sobre la base de 10 principios relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.



Havas Group ha recibido en 2020 la **Silver Medal de Ecovadis** en reconocimiento a nuestra Estrategia Social Corporativa y sus resultados.



En la edición de Cannes 2016, los 6 principales grupos de comunicación decidieron unir fuerzas para contribuir al logro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la ONU.



Havas Group se comprometió en el ODS 13, **Combatir el Cambio Climático y sus efectos.**



Havas Health & You ha sido seleccionada como uno de los mejores lugares para trabajar por Ad Age en 2020. Un prestigioso ranking que selecciona las mejores compañías del sector.



Aseguramos la correcta certificación del **Sistema de Gestión Ambiental** (ISO 14001) en todos los Village. Certificación que mantenemos desde 2016.

Transparencia y anticorrupción.

Transparencia y anticorrupción.



El Programa Anticorrupción de Havas Group sigue las directrices definidas por el Código Anticorrupción de Vivendi. Este código se basa en situaciones de riesgo identificadas estableciendo reglas con respecto a la conducta que debe ser adoptada por todas las personas del Grupo Vivendi.

Más de un 80% de la plantilla ha realizado un módulo de formación online para ayudarles a detectar fácilmente comportamientos irregulares y aplicar buenas prácticas.

Adicionalmente, Havas Group posee un **Código de Ética** propio distribuido a todas las personas que detalla nuestros compromisos éticos:



Garantizamos que nuestra plantilla cumpla las **leyes y regulaciones** comerciales, sociales, financieras o específicas del sector.

Fomentamos la **honestidad e integridad de nuestro negocio**, prohibiendo todas las formas de corrupción ya sean activas o pasivas.

Garantizamos el **cumplimiento de las normas éticas** vigentes en el sector de las comunicaciones.

Fomentamos el **respeto a la dignidad y los derechos de otras personas**: compañeros, proveedores, colaboradores y clientes.

Defendemos siempre los intereses de Havas Group al hacer uso de sus activos, recursos o información, y en un posible conflicto de intereses.

Somos ejemplares en términos de **precisión y rigurosidad**, cuidando la relevancia de la información que proporcionamos a nuestros stakeholders.

Fomentamos la **protección del entorno** para reducir el impacto en el medio ambiente.

**UN AÑO CON
IMPACTO.
Highlights 2020.**



**Queremos ser el grupo de
comunicación líder en impacto
ambiental positivo.**



Nuestros objetivos ambientales.

Reducir nuestros consumos de energía.

Mejorar la gestión de residuos.

Monitorear y optimizar el uso de los recursos naturales (agua, papel...).

Prevenir la contaminación.

Cumplir con nuestras obligaciones legales y con las expectativas de nuestros grupos de interés.

Reducir la huella de carbono de nuestra actividad y de las campañas que desarrollamos para nuestros clientes.

Promocionar campañas ecológicas con nuestros clientes ayudando a crear conciencia pública para acelerar la transición ecológica.

Principales indicadores del impacto ambiental 2020 vs. 2019.



-30,4 %

Reducción consumo eléctrico (KWh).
Energía proveniente de fuentes renovables.



- 13,2 %

Reducción consumo de agua (m³).



-69,4 %

Reducción consumo de papel (Kg).
Papel FSC.



-36,9 %

Reducción consumo de gas (KWh).



+58%

Aumento consumo de gasolina (litros).
Desplazamientos vehículos híbridos corporativos.



-38,6 %

Reducción consumo de diésel (litros).
Desplazamientos vehículos corporativos.



-91,9 %

Reducción viajes en avión (Km).
Viajes de negocio.



-67,8 %

Reducción viajes en tren (Km).
Viajes de negocio.

Desempeño ambiental 2020:

https://havasvillage.es/wp-content/uploads/2021/02/desempeno_2020.pdf

Iniciativas medioambientales.

Hemos implementado una nueva **señalética de reciclaje** y aumentado el número de contenedores para facilitar la separación de residuos.

Los Havas Village **renuevan señalética** para que sea **más fácil** saber **dónde tirar** cada **residuo...**



Hemos puesto en marcha un **nuevo sistema de gestión energética** en el Village de Madrid.



7,5% en reducción consumo energético.

6% de ahorro económico.

Mejora del confort en la oficina.

Mejora del rendimiento de los equipos de climatización.

Iniciativas medioambientales.

Coincidiendo con la **Semana Europea de la Movilidad**, lanzamos el reto **Urban Mobility Challenge** con el objetivo de fomentar la **movilidad sostenible** entre los compañeros.



Havas Group obtuvo la 8ª posición (de 63), recorriendo de forma sostenible un total de **6.264 Km.**



Nuestro **Huerto Urbano en el Village de Madrid** sigue aportando buenas cosechas.



COLES



HABAS



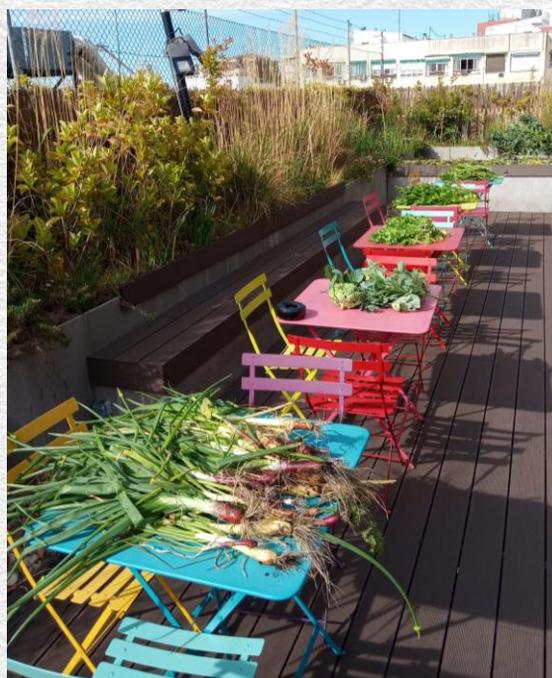
APIO



ESCAROLA



CEBOLLAS



Iniciativa Paper Cleaning Week.



1 kg = 1 árbol



Madrid. 746 árboles plantados en Los Almorchones y en la Vereda de las Asperillas.



Barcelona. 595 árboles plantados en el Parque Natural del Castell de Montesquieu.

Plantaciones realizadas en colaboración con compañeros de Havas Group.

Acciones de concienciación medioambiental interna.

17 de mayo Día Internacional del Reciclaje

Los guantes de látex/nitrilo así como las mascarillas deben depositarse en el contenedor de **RESTOS**.

<p>Deposita: botris, terrinas, botellas y botezotes de plástico, envases, latas, bandejas de aluminio o plexiglas, servilletas, productos de higiene e limpieza, tapas y tapones médicos, papel de aluminio.</p>	<p>Deposita: cajas y envases de cartón, papel de envolver, paletinas de madera, vasos de cartón...</p>	<p>Deposita: restos de comida y alimentos, flores y plantas, servilletas y papel de cocina usados...</p>	<p>Deposita: pañuelos usados, jabones, champúes, productos de cocina, pañales, objetos cerámicos, arena para mascotas, pelo, polvo, collitas, guantes y mascarillas...</p>
<p>No deposita: objetos de cerámica, porcelana, colillas, chicles, fofoitas húmedas, arena para mascotas, pelo, polvo, etc.</p>	<p>No deposita: pilas, móviles, ordenadores, CDs, muebles, espejos, electrodomésticos, fármacos caducados.</p>	<p>No deposita: pilas, móviles, ordenadores, CDs, muebles, espejos, electrodomésticos, fármacos caducados.</p>	<p>No deposita: pilas, móviles, ordenadores, CDs, muebles, espejos, electrodomésticos, fármacos caducados.</p>

Fuente: www.ecoportal.net

SEMANA EUROPEA DE LA PREVENCIÓN DE RESIDUOS 21-29 noviembre 2020

¿Sabías que...?

Para fabricar un ordenador portátil que pesa alrededor de 3 kg se producen 1.200 kg de desechos.

'Residuos invisibles' son la gran cantidad de residuos generados durante el proceso de fabricación de los productos. Una parte de los residuos invisibles no se pueden reciclar y terminan en vertederos e incineradoras, y junto con la huella de residuos también viene el impacto del CO₂ generados.

Resuma
Recicla
Reutiliza

El aumento de la vida útil del producto reduce la necesidad de una nueva producción, y por lo tanto, la cantidad de residuos producidos durante la fabricación.

Fuente: European Week for Waste Reduction www.europeanweekforwaste.com



IIAVAS GROUP

Reciclaje

Gestión de Residuos

8 JUNIO
MUNDIAL OCEANOS
DÍA 2020

¿CUÁNTO SABES SOBRE LOS OCEANOS Y SU DIVERSIDAD?
Pon a prueba tus conocimientos contestando a este QUIZ

¿Sabías que...?

Hay más de 51 billones de partículas microplásticas en el océano...

...500 veces más que el número de estrellas de nuestra galaxia...

MEANINGFUL CHANGE

Océanos

DÍA MUNDIAL DEL AHORRO DE ENERGÍA 21 OCTUBRE

MEANINGFUL CHANGE

- No enciendas las luces si no es imprescindible.** Hazlo por zonas y aprovecha al máximo la luz natural. Cambia la orientación de tu punto de trabajo si es necesario.
- Aprovecha al máximo la ventilación natural.** Abre la ventana en lugar de poner el aire acondicionado cuando la temperatura en el exterior sea agradable.
- No dejes puertas y ventanas abiertas** cuando los sistemas de calefacción / aire acondicionado estén funcionando.
- Programa los termostatos de calefacción y aire acondicionado** a las temperaturas recomendadas: 20-22 °C en invierno y 22-25 °C en verano.
- Gestiona adecuadamente el consumo de energía de los equipos.**
 - Ajusta el brillo de la pantalla del ordenador / del móvil a nivel medio.
 - Apaga la pantalla del monitor para pausas de más de 10 min. y el ordenador a sea a estar más de 1 h. sin usarlo.
- Desenchufa los equipos cuando no los utilices** al final de la jornada, los fines de semana, en vacaciones. El stand by puede suponer hasta el 10% del consumo.
- Usa calculadoras y cargadores solares.** Utiliza siempre que puedas energías limpias y renovables.
- Consumo sólo el agua que necesitas** en los baños y la cocina. Promueve la instalación y el uso de sistemas de ahorro en grifos y cisternas.
- Cambia las bombillas convencionales/halógenas por LED.** Duran hasta 10 veces más y consumen un 80% menos de energía.
- Sube y baja por las escaleras.** Ahorra energía y gana en salud.

IIAVAS GROUP

Ahorro Energético

ACTÚA AHORA

05 JUNIO
DÍA MUNDIAL DEL AMBIENTE

El consumo en stand-by supone un 10% del gasto en energía	Desenchufar	Moda sostenible	Llevar mi bolsa
Productos locales	Podemos contribuir a reducir el gasto energético derivado del transporte y las emisiones de CO ₂	Adaptar las luces	Duchas de 9 min.
Rellenar y reutilizar	Reciclar	Conducir menos	4 de cada 10 parquímetros en el mundo sufren escasez de agua

MEANINGFUL CHANGE

Conciencia Medioambiental

MEANINGFUL CHANGE

90% de las bolsas de plástico sólo se utiliza una vez.

500 años es lo que tarda una bolsa en degradarse.

NO las tires...
NO contamines...
Recicla y usa bolsas de tela...

3 de julio | Día Internacional sin bolsas de plástico

IIAVAS GROUP

Plásticos

COMMON GROUND

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS
#GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD

En el Festival de Cannes de 2016, Havas Group se unió a la iniciativa Common Ground. Un compromiso sin precedentes de la industria de la publicidad para apoyar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

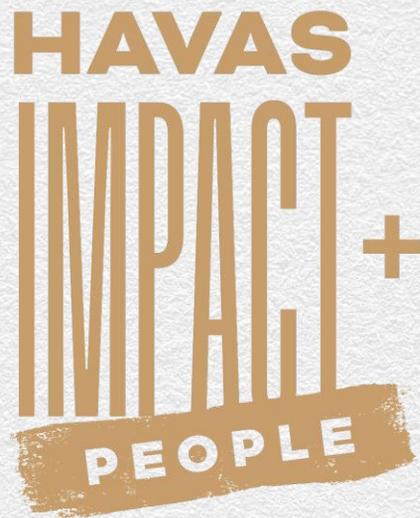
Los 6 mayores grupos de comunicación a nivel mundial seleccionaron un ODS, para apoyarlo desde sus organizaciones.

Havas Group decidió unirse en la lucha contra el cambio climático, y desde entonces, buscamos utilizar nuestra influencia como líderes para concienciar y generar cambios actitudinales que minimicen el impacto.



13 ACCIÓN
POR EL CLIMA





**Comprometidos en el desarrollo y
crecimiento de nuestras personas
y de nuestro impacto positivo
en la sociedad.**



Desde 2018, **Havas All In** es nuestro programa global de **Diversidad, Igualdad e Inclusión**, con un enfoque innovador centrado en involucrar a todos los niveles de la organización.

El resultado es una amplia gama de iniciativas sobre diversidad étnica y cultural, igualdad de género, inclusión LGTBI+, discapacidad, edad y otros temas.





INICIATIVAS DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN.

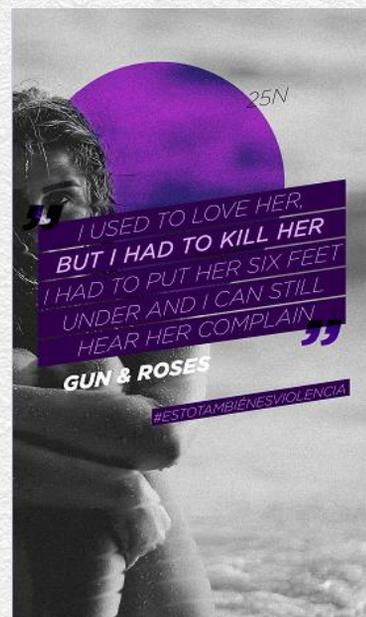
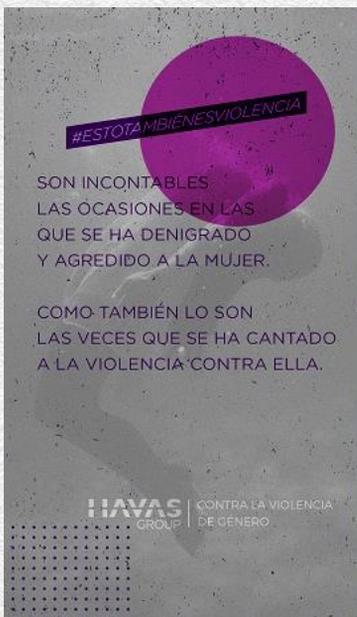
#8M

HAVAS GROUP EN EL 'DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER'

Nos sumamos y actuamos por la
igualdad real de género y el
impulso del talento femenino.



Campaña **#EstoTambiénEsViolencia** para el **25N**.
Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.





INICIATIVAS DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN.

Durante 2020 hemos revisado nuestro **Plan de Igualdad**, pionero en el sector que tiene como objetivo principal seguir avanzando en la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres, como una prioridad dentro del Plan Estratégico de la empresa.

Entre otros objetivos, el plan persigue:

Velar por una representación equilibrada de la mujer en la plantilla.

Promover el principio de igualdad de trato en los procesos de acceso, selección y contratación.

Velar por la justa e igualitaria retribución entre hombres y mujeres que desempeñan un puesto de igual valor.

Potenciar la conciliación de la vida profesional y personal de todas las personas de la empresa, fomentando el ejercicio corresponsable de la conciliación familiar y personal, y evitando toda discriminación basada en este ejercicio.

Promocionar el bienestar físico, psíquico y social de las personas.

Permitir el acceso a la formación y al desarrollo profesional tanto de los hombres como de las mujeres en la empresa.

Prevenir el acoso sexual y el acoso por razón de sexo, garantizando un entorno laboral libre de acoso.

Sensibilizar a todos los niveles de la organización en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación, conciliación trabajo-vida personal y prevención del acoso.

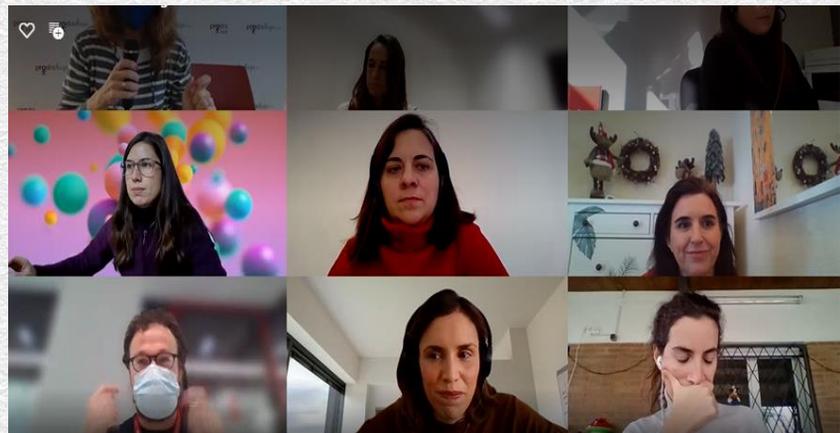
Comunicación interna como eje fundamental de difusión del plan.





INICIATIVAS DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN.

En el día internacional
de la **Discapacidad**
hicimos un taller de
marionetas online con
Fundación Prodis.



#IgualDeDiferentes

BLACKOUT 5 Jun 12:00
BLACKLIVESMATTER



Desde Havas nos unimos a la iniciativa **“BLACKOUT”** demostrando nuestro absoluto rechazo al racismo para permitirnos reflexionar y apoyar la justicia racial y la igualdad de todos y ante todo.



INICIATIVAS DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN.

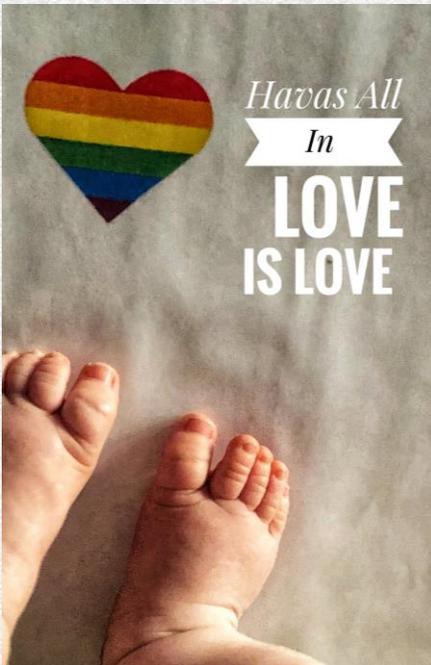


#WeAreHavasProud



Nos asociamos con **Gay Times Group** para promover un Programa Educativo Global de Concienciación.

Invitamos a compartir a todos los compañeros su forma particular de celebrar la diversidad.



INICIATIVAS PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LAS PERSONAS.

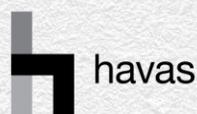


Durante el confinamiento, Arena Media creó “**Arena en Cuarentena**”, un blog informal de encuentro de compañeros para compartir información, consejos, reflexiones, ideas de ocio con niños...



Dentro de **Espacio 0**, el lugar de Arena Media donde su plantilla puede aprender, compartir e ilusionarse más allá del día a día de la industria, se creó la iniciativa **CAFÉ a 4** durante el confinamiento: grupos de personas creados aleatoriamente tomaban un café cada viernes.

Havas Spain creó **Happiness**, un programa que nació con el objetivo de empoderar a sus personas y que ha creado relaciones y creatividades muy relevantes.



Sesión el último viernes de mes para interactuar con personas de otros equipos o disciplinas.



Sesiones para explorar las campañas más poderosas de todo el mundo y nuestras últimas novedades.



“Capo del mes”: se elige al mejor compañero por votación popular según los valores de Havas. El ganador obtiene un día extra de vacaciones.

INICIATIVAS WELLBEING PARA LAS PERSONAS.



Dentro de nuestro programa **Havas Care** con el objetivo de fomentar la salud y bienestar de las personas, durante 2020 desarrollamos diversos talleres y servicios presencialmente en nuestros Villages o desde casa durante el confinamiento.



Sesiones de Yoga.

Cursos de Cocina.

Talleres sobre la Ansiedad.

Talleres de hábitos saludables.

Talleres de Mindfulness.

Servicio de Fisioterapia.



APOYO A ACCIONES SOCIALES.

En 2020 hemos donado **331.030€** a diversas ONGs y Fundaciones.



15 voluntarios participaron en acciones presenciales sociales en Madrid y Barcelona.

21.000 tapones de plástico entregados para el proyecto “Tapones para una nueva vida”. Ayudamos a muchos niños y niñas, y protegemos el medio ambiente.

FUNDACION
SEUR



Nuestros compañeros han donado un total de **17 portátiles y tablets a Cáritas** para distribuirlos a familias en riesgo de exclusión social con niños en edad escolar.

Colaboramos con el proyecto **Cuento Contigo Siempre** vendiendo cuentos solidarios en favor de la **AECC**.



En Navidad, nuestros compañeros realizaron **más de 50 aportaciones solidarias** donando sus cestas de Navidad o comprando cuentos y juguetes para la iniciativa **Te Invito a Cenar**.

TEINVITACENAR.ORG



FUNDACIÓN
QUIEROTRABAJO

Apoyamos a la **Fundación Quiero Trabajo** en su objetivo de empoderar a mujeres en riesgo de exclusión, potenciando sus aptitudes y actitudes para afrontar con éxito oportunidades laborales. Nuestros voluntarios desarrollan sesiones de estilismo y coaching en este proceso.

7 Voluntarios han colaborado con +20 Sesiones de apoyo a mujeres y sus familias.



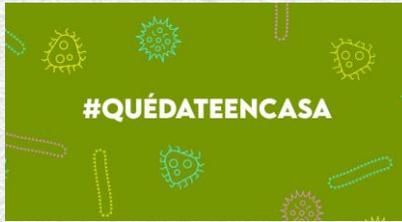
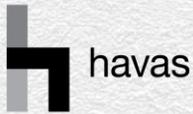
**Comprometidos con quien más lo
necesita con lo que mejor sabemos
hacer: publicidad.**

COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Según nuestro estudio Meaningful Brands, la aportación social de una marca se está consolidando como uno de los valores principales que hacen a una marca relevante.

Desde Havas Group ayudamos a las marcas a crear este valor social y a comunicarlo de una manera relevante.

En 2020 hemos reforzado el desarrollo de este tipo de **campañas sociales** para nuestros clientes.



DKV Salud.

Médicos frente al COVID.

<https://youtu.be/TJtvOincINy>

Músicos por la Salud.

La canción más importante.

<https://youtu.be/tw9dAspfpk8>

UNICEF.

El reto de Adama.

www.unicef.es/regalo-azul/reto-adama

Fontaneda.

**Cuidando lo nuestro,
cuidamos de ti.**

<https://youtu.be/JYUjKxJriOo>

La vaca que ríe.

Elige reír en casa.

<https://youtu.be/1JErWli1xY8>



Hyundai.

#YoCedoMiCoche.

<https://youtu.be/4UHDsVpcL28>



Hyundai.

Cuando salgamos...

<https://youtu.be/ov8zh2bMAoc>



Caixa Bank.

#ContigoMásQueNunca.

https://youtu.be/AlIGiV6G1_k



Cola Cao.

#YoMeQuedoEnCasa.

<https://youtu.be/BFzkJAAqdJM>



Bankinter.

El banco que ve el dinero como lo ves tú.

<https://youtu.be/fBXWtXHmWnk>



FESBAL.

Hay colas que no nos podemos permitir.

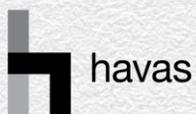
<https://vimeo.com/436406374/8c3d86312a>



Hostelería de España, FIAB y AECOC.

#JuntosConLaHostelería.

<https://youtu.be/utwv5ewO48k>



Sonae Sierra.

Mente en Equilibrio.

www.menteenequilibrio.es



Orange.

**#PorUnUsoLove
DeLaTecnología.**

<https://youtu.be/8Wv-tWXgzcE>



Orange.

Quédate en casa.

<https://youtu.be/xKJMLUoinzE>



Orange.

Tarifa Social.

<https://youtu.be/YRWvTtCiRCO>



Asociación Española contra el
Cáncer.

Llámalo Cáncer.

<https://youtu.be/IG3vyZ79kzM>



Finish.

#PorUnFuturoConAgua.

<https://youtu.be/pr2iX-pMrmM>



Affinity.

Con ellos,

quedarse en casa es mejor.

<https://youtu.be/1zYDJdlSupw>



Domino's.

**Vostok 6 "Pioneras y
Videojuegos".**

<https://open.spotify.com/show/3xQRugLDVYTGNxIJqXWFrg>



Durex.
Conversexions (2ª edición).
<https://bit.ly/Conversexions>



Iniciativas COVID-19

Naturgy.
Iniciativas COVID-19.
<https://youtu.be/OinNyljyOml>



Damm.
Mediterráneamente.
<https://youtu.be/3SsbRoyJLHO>



Igualdad Animal.
Nos están tocando los huevos.
<https://youtu.be/40qHKFdwMjc>



Pelayo Seguros.
Reto Pelayo Vida.
<https://arnoldmadrid.com/portfolio/pelayo-reto-vida/>



Fundación de Ayuda a la Drogadicción.
Baja un dedo.
<https://youtu.be/vObylgOHQyc>

Otras campañas internacionales de impacto social.

ABUSE IS NOT LOVE



BETC ETOILE ROUGE

Según Naciones Unidas, una mujer es asesinada por su pareja cada tres días en Estados Unidos y el 30% de las mujeres en el mundo han experimentado violencia de género alguna vez en su vida.

YSL Beauty junto con BETC Etoile Rouge desarrollaron un programa para prevenir la violencia de género identificando las señales que advierten de este peligro.

<https://youtu.be/FelDdDB279M>

STAY HOME, SAFE LIVES



Cuando llegó la COVID-19, la alcaldesa de Chicago, Lori Lightfoot, necesitaba transmitir un mensaje simple: Quédate en casa, salva vidas.

Havas Chicago desarrolló una campaña focalizada en la persona de la alcaldesa con mensajes alegres dando una nueva perspectiva de lo que suponía el confinamiento para sus vecinos.

<https://youtu.be/BQ7h3jvsDOM>

LE WHOPPER DE LA QUARANTAINE



Durante el confinamiento Burger King France decidió contar el secreto de su Whopper para hacerlo en casa.

La agencia Buzzman desarrolló esta campaña gráfica con instrucciones básicas para inspirar a los consumidores parisinos de Burger King encerrados sobre como recrear sus productos favoritos.

**NUESTRA RESPUESTA
ESPECIAL A LA CRISIS
SOCIAL GENERADA
POR LA COVID-19.**

APOYAMOS AL PEQUEÑO NEGOCIO LOCAL EN LA CRISIS ACTUAL.



Se calcula que 300.000 negocios podrían verse obligados a cerrar por la crisis económica sumada a la sanitaria por la pandemia del coronavirus.

Ante esta situación, pusimos en marcha una **campaña solidaria para ayudar a los comercios de la zona de Chamberí**, barrio donde está situada nuestra sede principal en Madrid, para ayudarles a superar esta crisis, haciendo lo que mejor sabemos hacer: anunciándolos.



“**REVIVE CHAMBERÍ, EL BARRIO SE ANUNCIA EN HAVAS**” es el nombre de esta acción para dar a conocer y promocionar los comercios de la zona.

La iniciativa va dirigida a todos los negocios de este barrio (tiendas, bares, gimnasios, restaurantes, peluquerías, academias...etc.), ofreciéndoles la oportunidad de anunciarse para impulsar su actividad a través de diferentes canales.

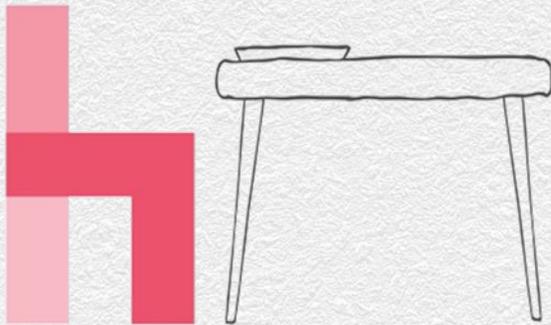
Destaca que la sede de Havas en Madrid se convierte en soporte publicitario. Se trata de la primera vez que una agencia hace de soporte en sí mismo, actuando a modo de escaparate mediante la instalación de vinilos y pantallas que muestran a los viandantes la oferta comercial de los negocios más próximos en la zona.

Revive Chamberí nace de la iniciativa de las propias personas de la compañía en los momentos más críticos de la pandemia, y son ellos mismos los que gestionan la campaña voluntariamente.



#ReviveChamberi

AYUDAMOS A LA INTERVENCIÓN SOCIAL EN HOGARES DESFAVORECIDOS.



APADRINA UN MENÚ

Tus cheques comida pueden ayudar a quien más lo necesita

APADRINA UN MENÚ es una acción solidaria y voluntaria que invita a las personas del grupo a participar **cediendo todos o parte de sus cheques comida**, para convertirlos en menús destinados a familias en situación de precariedad. Una acción que se inició en marzo de 2020 y que se ha repetido mensualmente con orgullosos resultados.

Una iniciativa que nació directamente de nuestros compañeros, con el que demuestran su calidad personal y su compromiso con la sociedad y con el mundo. Una ayuda real en un momento tan crítico como el que estamos viviendo.

La totalidad de la recaudación se convierte mensualmente en menús que se entregan a personas sin recursos a través de la ONG CESAL y su campaña "Emergencia Stopcoronavirus". Por cada 3€ se apadrina un menú.

Un 26% de la plantilla ha participado cediendo sus cheques de comida.

Con una media de 50€/mes por donante, hemos conseguido donar 37,945€ que equivalen a 12,648 menús repartidos.

ESTIMULAMOS LA RESPUESTA DE LA SOCIEDAD A LA CRISIS ALIMENTARIA.



Desde Havas Media Group pusimos en marcha una iniciativa solidaria para acabar con las colas del hambre, que se han visto significativamente incrementadas durante la crisis de la Covid-19.

Una de las nuevas situaciones que trajo la pandemia fue esperar las colas para entrar al supermercado, pero junto con FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos) quisimos lanzar un mensaje sobre otras colas que también tenían que ver con la comida, pero con un carácter bien distinto: las de aquellas personas que, debido a la emergencia sanitaria, se habían quedado sin recursos para poder comer.

Porque no todas las colas son iguales y hay una en concreto, la del hambre, que no podemos permitir. Una campaña que buscaba movilizar y sensibilizar a la población española, invitándoles a colaborar vía donaciones.

Una campaña que no hubiese sido posible sin la colaboración del medio exterior y las principales marcas de distribución alimentaria.

ENSEÑAMOS Y AYUDAMOS A LOS MÁS PEQUEÑOS A CUMPLIR EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL.



#OURMAGICCAR★

Las agencias Havas Life y Medea, pertenecientes a Havas Health & You, implementaron **Our Magic Car**, un divertido juego dirigido a los niños con el objetivo de poner en práctica y comprender la importancia de mantener la distancia social durante la pandemia por Coronavirus.

De manera didáctica y divertida aprendían **cómo salir a la calle de manera segura tras el confinamiento**. Un juego que pretendía hacer más fácil a los padres proteger a sus hijos del coronavirus, sin asustarles.

Se creó una web con un vídeo explicativo y una guía de juego con 5 sencillos pasos. Además, se ofrecían pistas y consejos para los padres sobre cómo ayudar a que los pequeños no toquen superficies, cómo hacer divertido llevar mascarillas, y otras ideas muy fáciles y creativas de gran utilidad para todos los padres.

COMPARTIMOS CON LA INDUSTRIA NUESTRA ESPECIALIZADA VISIÓN SOBRE LA SITUACIÓN EXTRAORDINARIA.



Havas Village

Sesiones abiertas por ZOOM

23 Abr	COVID19: Tiempo de marcas Margarita Ollero Alfonso González Callejas
28 Abr	Data Driven Lead Generation Antonio González (Dbj)
30 Abr	Beneficios compra programática. Una migración sostenible es posible Miguel Nieto
05 May	La aceleración de la transformación digital y su impacto en los market places Sonia Paz
07 May	¿Cómo prepararnos para un nuevo entorno Cookieless? Natalia Martínez de Cestafe
12 May	Cómo hacer la transición de los brick&mortar a las plataformas digitales Sonia Paz
14 May	Una nueva forma de entender las audiencias fuera del hogar Aritz Reyes
19 May	El nuevo Google Analytics C Pérez A Vargas A Tkachenko (Dbj)
21 May	Estrategia programática de audiencias. La importancia de crear audiencias ad-hoc Laura Díez Olmos
26 May	Overview de Ecosistema Google (GMP/GMC) Paz Vega (Dbj)
28 May	Influencers generación Z, tendencias y buenas prácticas Alex Fenollar
02 Jun	Facebook, Twitter, Instagram... ¿Es mi marca igual en todas las redes sociales? Fernando G Valiente



Durante 2020 nuestras bandejas de entrada se saturaron de informes, benchmarks, artículos, estadísticas y datos. En una situación distópica, abrumadora e incierta, necesitábamos buscar respuestas y señales para tomar decisiones.

Desde nuestros equipos de Comunicación y Research, junto con el equipo de transmedia de Arena Media hemos compartido semanalmente con nuestros compañeros, clientes y partners múltiples **webinars, estudios e informes** invitando a reflexionar conjuntamente sobre el cambio que estábamos viviendo. Analizar el presente para ayudar a intuir juntos el futuro:

HOY: Cómo estamos viviendo este momento (Impacto sobre hábitos de consumo).

LAS MARCAS: Cómo han reaccionado en las diferentes fases de esta crisis (compilación de casos).

EL CAMBIO: Cómo estamos cambiando como individuos y sociedad, y cómo marcará nuestro futuro.

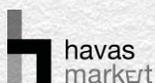
EL FUTURO: Nuevos deberes y nuevas oportunidades post-coronavirus para las marcas.

LA COMUNICACIÓN: Qué nuevos territorios se descubren y cómo impactarán en la comunicación.

INNOVATION FRAMEWORK: Plan de acción para convertir las reflexiones en oportunidades de negocio.



La consultora de eCommerce, **Havas Market**, ayudó a un colectivo muy afectado por la pandemia, las PYMES, presentando la Guía de Buenas Prácticas en el comercio electrónico junto con la IAB.



COMPARTIMOS CON LA INDUSTRIA NUESTRA ESPECIALIZADA VISIÓN SOBRE LA SITUACIÓN EXTRAORDINARIA.

LO QUE EL COVID19 NO HA CAMBIADO

Llegó a nuestras vidas.
Nadie lo esperaba.
No sabíamos lo que era.
Ni lo que podía provocar.

Estamos más en casa, más que nunca.
Nuestra vida está aquí, sólo aquí.
Estamos limitados.
Pero ¿hemos cambiado?

No estrictamente.
O al menos no en lo esencial, en lo importante.
Tal vez lo hemos rescatado, recuperado.
Pero seguimos siendo lo que somos y hemos sido siempre.



Arena Media creó el proyecto “Lo que no ha cambiado” formado por una serie de monográficos en los que se compartían reflexiones sobre algunas verdades que se manifestaron en el contexto de alerta sanitaria pero que ya existían antes de la irrupción de la COVID-19 en escena: “La cocina en casa”, “La música”, “Los videojuegos”, “Las relaciones personales” y “Los bares”.

El objetivo fue entender cosas que tal vez estaban olvidadas, o se estaban dando por supuestas e infravaloradas, y que demuestran el potencial humano de algunos territorios para la construcción de una marca.

HICIMOS UN LLAMAMIENTO MUY ESPECIAL A TODAS LAS AGENCIAS.

@copiémonos

Hoy nos tenemos que adaptar a la situación y hacer cosas que nunca hacemos para que esto pase pronto, para que todo salga bien.

Las personas, las empresas y también por supuesto las agencias.

Por eso Havas hace un llamamiento a todas las agencias para que hagamos algo que nunca hacemos; copiamos.

Si una idea funciona, si una idea ayuda, hagámosla igual.

La mejor frase que podemos escuchar hoy es;
¡eso ya está hecho!

copiémonos  

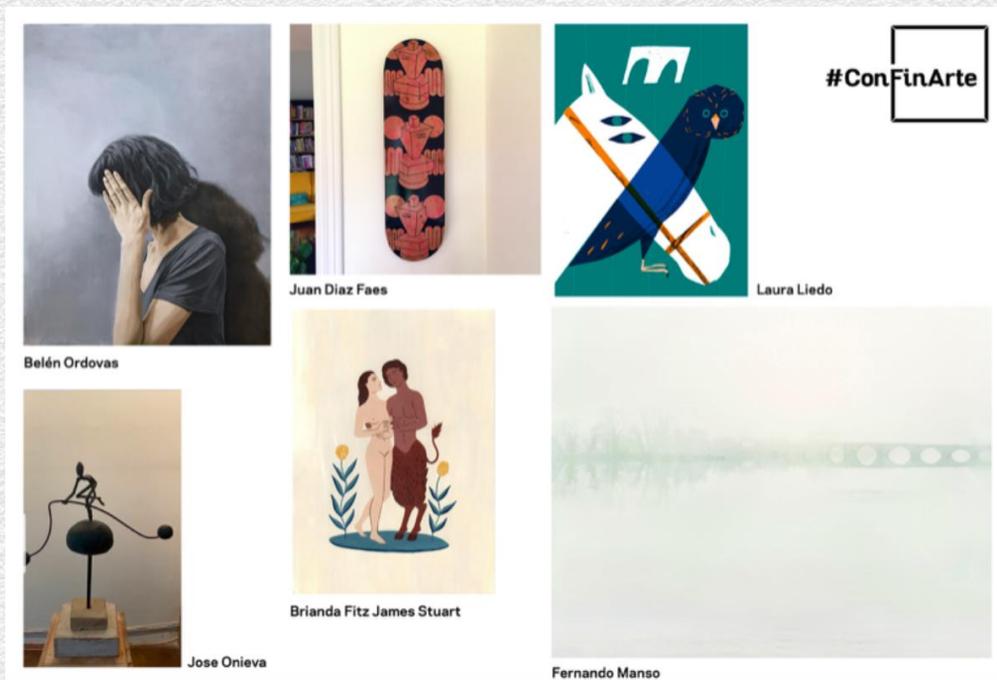
Desde nuestra agencia creativa **Havas** lanzamos una iniciativa comprometida con la unión del sector de la publicidad en la lucha frente al coronavirus: "**Copiémonos**".

Una idea para que todos los creativos compartieran ideas que ayudaran en esta complicada situación, en la que nuestra industria tiene una gran responsabilidad.

Una propuesta que va en contra de la naturaleza y ADN de cualquier agencia de publicidad, pero quizá este sea el único momento de nuestras carreras en el que copiar tenga sentido.

Porque en esta situación de crisis si una idea ayuda, ¿por qué no replicarla para otros clientes?

CREAMOS UNA GALERÍA DE ARTE ESPECIAL PARA SOBREVIVIR AL CONFINAMIENTO.



Belén Ordovas

Juan Díaz Faes

Laura Liedo

Jose Onieva

Brianda Fitz James Stuart

Fernando Manso

La agencia creativa **Arnold** creó **ConFinArte**, una galería de arte para sobrevivir al confinamiento y luchar contra el coronavirus.

ConFinArte llegó para romper la rutina, pudiendo comprar una pieza artística, algo bonito y nuevo que ver en nuestro hogar. Porque una obra de arte no va a acabar con la COVID-19, pero puede ayudarnos a **llevar mejor el encierro** a quienes la compran y a los que lo estaban pasando peor, porque los fondos recaudados fueron donados por sus artistas a **Cruz Roja RESPONDE** en la lucha contra la COVID19.

La galería contó con obras plásticas, esculturas, ilustraciones y fotografías cedidas a un **precio por debajo de su cotización** por diversos **artistas comprometidos** como Fernando Manso, Jose Onieva, Juan Díaz Faes, Belén Ordovas, Teresa Sapey, Antonio Marest, Mónica Grande, Laura Liedo, Carmen García Huerta, Silvia Korbi, Tessa Doniga Johnson, Brianda FitzJames, Curro Suárez, Esther Pérez-Cuadrado, Jaime Martínez Tomás, TormentayMarea, Piluca Coello...

Un proyecto de Arnold y todos los artistas desarrollado “por amor al arte” ayudándonos a sobrevivir y, sobre todo, ayudando a los más vulnerables.



ARNOLD

<https://vimeo.com/arnoldmadrid/review/508386893/561db6e728>

RECONOCIMOS LA LABOR DEL PERSONAL SANITARIO Y LA SITUACIÓN DE LOS PACIENTES.

LA CANCIÓN MÁS IMPORTANTE



Junto con la Fundación Músicos por la Salud lanzamos la iniciativa **#LaCanciónMásImportante** para reconocer la labor de los profesionales sanitarios y de los pacientes afectados por la COVID19.

Porque ahora que muchos estamos lejos de nuestros seres queridos, en todo el mundo las personas han recurrido a la música para no sentirse solas.

En 2020 hemos escuchado música en los balcones, en la televisión y en las redes sociales que nos ayudaron a sentirnos más cerca unos de otros.

Hicimos un llamamiento a músicos para que tocasen “su canción más importante” en microconciertos en hospitales y centros sanitarios. Canciones creadas con sus corazones que llegaron también a los pacientes ingresados por coronavirus y que se encontraban separados de sus familias y amigos.

CAMPAÑAS INTERNAS ESPECIALES.



Más de 20 cursos internos de diferente contenido que se lanzaron durante el confinamiento.

Buscamos nuestros propios “Influencers” que compartieron sus habilidades, conocimiento, talento, hobbies o recomendaciones en el confinamiento.



HAVAS
influencers
at home



Creamos una **señalética** que aseguraba las medidas de seguridad y concienciación en nuestros Villages.

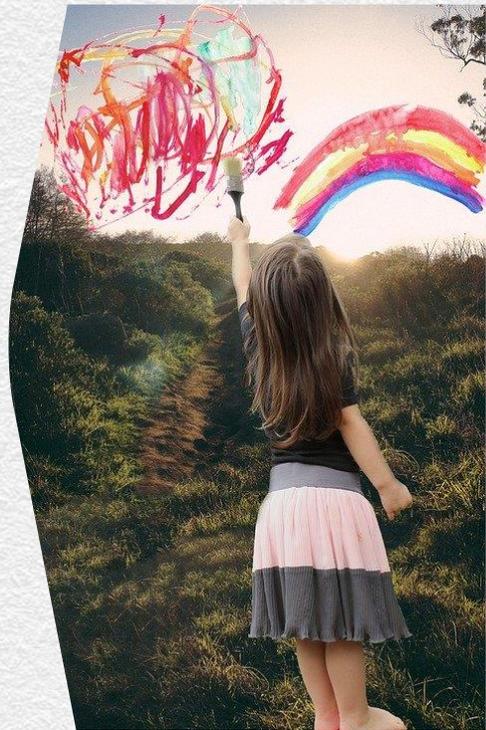
HAVAS
GROUP

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL PARA LAS FAMILIAS.

CONCURSO INFANTIL DE DIBUJO.
¿Cómo podemos cuidar nuestro planeta?



Dibujos ganadores.



En el día Mundial de la Tierra
(22 de abril), invitamos a
los más pequeños a que
compartieran con nosotros su
visión sobre cómo podemos,
entre todos, construir un futuro
más limpio, seguro y sostenible.

IIVAS
GROUP

Participaron 32 niños entre 3 y 12 años
de familias de compañeros.

Involúcrate.

Ponte en contacto con nosotros.

rsc.spain@havas.com

Marcos Martín

marcos.martin@havas.com

Havas Village Madrid

Beatriz Maroto

beatriz.maroto@havas.com

Havas Village Madrid

HAVAS
GROUP

www.havasvillage.es