

**Publicis étend *Working With Cancer*
avec une initiative visant à soutenir 40 millions de collaborateurs
dans le monde**

De nouvelles recherches réaffirmant l'importance du travail dans la rémission des patients ont conduit *Working With Cancer* à développer une solution d'IA dédiée à l'accompagnement des employés atteints de cancer et à renouveler son appel à l'engagement auprès des dirigeants d'entreprises.

Paris, le 4 février 2026 – S'appuyant sur une nouvelle étude du Memorial Sloan Kettering et de la Mayo Clinic, Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] annonce une nouvelle avancée de son initiative *Working With Cancer*. Celle-ci vise à favoriser des cultures d'entreprises ouvertes et solidaires, tournées vers le rétablissement des salariés atteints de cancer.

Depuis son lancement au Forum économique mondial de Davos il y a trois ans, *Working With Cancer* est devenu une véritable coalition mondiale réunissant plus de 5 000 entreprises et soutenant plus de 40 millions de collaborateurs à travers le monde. Ce qui a débuté comme un engagement collectif des entreprises à l'égard de leurs salariés atteints de cancer est aujourd'hui renforcé par de nouvelles recherches. Ces dernières mettent en évidence l'impact mesurable que des politiques de travail positives et bienveillantes peuvent avoir sur la santé et la qualité de vie des employés.

Un travail de recherche récemment mené par la Docteure Victoria Blinder, oncologue au Memorial Sloan Kettering Cancer Center, et la Docteure Gina Mazza, professeure associée de biostatistiques à la Mayo Clinic, met ainsi en lumière un lien entre le maintien ou le retour au travail après un diagnostic de cancer et une meilleure qualité de vie. Le Dr Blinder ajoute que les conditions de travail peuvent jouer un rôle dans l'évolution de ces résultats, réaffirmant ainsi l'importance de la flexibilité, de la compréhension et des aménagements appropriés tout au long du traitement et de la période de rémission.



Les travaux de recherche incluent des données telles que :

- À +5 ans, les personnes en rémission ayant gardé leur emploi déclarent une qualité de vie globale environ 28% meilleure que ceux sans emploi.
- À +5 ans de suivi, le fonctionnement physique est resté environ 29% plus élevé chez les personnes en rémission ayant un emploi.
- Les participants ayant un emploi étaient environ 3,7 fois moins susceptibles de déclarer des symptômes dépressifs modérés à sévères, et environ 2,4 fois moins susceptibles de déclarer des symptômes anxieux modérés à sévères que ceux sans emploi.

Des preuves à l'action : un coach IA inspiré par l'étude

Fort de ces découvertes, *Working With Cancer* a développé un nouveau coach IA, pensé pour aider les employeurs à transformer ces enseignements en un accompagnement personnalisé et concret pour les salariés vivant avec un cancer. [Visionnez la démo juste ici.](#)

Accessible à toutes les entreprises signataires de la charte *Working With Cancer*, ce coach permet aux organisations de communiquer et d'adapter leurs politiques de santé, d'avantages sociaux et de qualité de vie au travail aux besoins personnalisés de chaque collaborateur. Grâce à des modèles de langage très complets, conçus pour répondre aux problématiques individuelles rencontrées par les patients, les managers, mais aussi les équipes RH et les équipes C&B¹ le coach intègre des dispositifs de contrôle spécifiquement pensés pour des cas d'usage sensibles. Il permet aux entreprises de déployer leurs politiques internes en toute sécurité, afin que les employés puissent recevoir des conseils personnalisés et cohérents avec la couverture proposée au sein de leur entreprise.

Le système s'appuie sur des ressources sélectionnées et validées, issues des partenaires experts de *Working With Cancer*, afin de fournir des réponses fiables et transparentes, tout en évitant les risques liés aux recherches de santé sur Internet. Une architecture composée de plusieurs agents, conçue pour des usages précis, aide les personnes touchées par le cancer, leurs managers et leurs collègues, en leur apportant des conseils adaptés à chaque situation. Le système ne pose jamais de diagnostic médical. La confidentialité et l'anonymat sont essentiels : aucune donnée n'est conservée après la fin de la session.

¹ Compensation & Benefits



Une campagne mondiale appelant les employeurs à agir

Alors qu'une étude prouve aujourd'hui que le travail, lorsqu'il est exercé dans de bonnes conditions, peut avoir un impact positif sur la santé, *Working With Cancer* lance une campagne mondiale pour encourager davantage d'entreprises à signer la charte et à en faire bénéficier un nombre exponentiel de collaborateurs.

À travers un film ([cliquer ici pour le visionner](#)) créé par Publicis Conseil et soutenu par plus de 100 millions de dollars de donation de la part de partenaires comme Disney, Google/ Youtube, Zeta Global, TikTok, NBCUniversal, Paramount, iHeartMedia, Westwood One, Clear Channel Outdoor, Captivate, Screenvision et NCM, la campagne prouve que les employeurs peuvent jouer un rôle-clé auprès de leurs collaborateurs atteints d'un cancer, en se positionnant comme un partenaire majeur dans leur rémission, le maintien de leur dignité et de leur qualité de vie.

Réalisée par Kailee McGee, survivante d'un cancer de stade IV et réalisatrice primée, la campagne met en avant des survivants de tous horizons – incluant des PDG, des célébrités et des employés – qui témoignent de la manière dont le travail les a aidés à conserver une certaine normalité et un sentiment de contrôle tout au long de leur traitement. Les participants incluent, entre autres, des survivants de Walmart, L'Oréal, Pfizer, Barclays, Accenture et Carrefour.

Photographiée par Sandro Miller, photographe portraitiste renommé et survivant d'un cancer de stade IV, la campagne d'affichage sera déployée à Times Square ce 4 février, à l'occasion de la Journée mondiale contre le cancer.

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 108 000 collaborateurs.

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

Contact Publicis Groupe

Amy Hadfield

Directrice de la Communication

+ 33 (0)1 44 43 70 75

amy.hadfield@publicisgroupe.com