# Edelman, IPG, Omnicom и WPP се присъединяват към следващата фаза на инициативата на Publicis Groupe – „Working With Cancer”

Cannes Lions, заедно с големите комуникационни холдингови компании, ще подпомогне мащабен творчески конкурс, като кани всички творци да работят над бриф за 100 млн. долара и да получат възможността да повлияят на милиарди животи

Инициативата на Publicis Groupe бе удостоена с наградата Lions Health Grand Prix for Good

След лансирането си в Давос и мащабната си медийна кампания по време на Super Bowl,„Working with Cancer“ навлиза в своя трети важен етап за годината. На тазгодишния фестивал Cannes Lions, „Working with Cancer“ ще предостави на цялата индустрия възможността да помогне за заличаване на стигмата около рака на работното място.

Като същинска мулти-индустриална коалиция Edelman, IPG, Omnicom, Publicis и WPP обединяват сили и канят творци от цял свят да се присъединят към брифа за тази пионерска инициатива, която засяга работната среда. Участниците ще се изправят пред най-добрите творчески умове от индустрията в надпревара за възможността да участват в глобална мултимедийна кампания в размер на 100 млн. долара, по време на Световния ден за борба с рака през 2024 г.

Брифът за „Working with Cancer“, озаглавен ‘The Big C’, ще бъде представен на на 22 юни, четвъртък, в „Lumiere theatre, Palais I“ по време на творческия фестивал Cannes Lions. Участниците ще трябва да създадат кампания, която цели да подобри нагласите на обществото към хората, които живея и работят с рак.

Cannes Lions ще подпомогне процеса за оценяване чрез своите системи от световно ниво и с жури, съставено от опитни творчески и стратегически ръководители от петте холдингови компании, които са част от инициативата. Журито включва – **Сюзън Кредъл** (глобален председател и главен творчески директор на FCB), **Чака Собхани** (главен творчески директор на Leo Burnett), **Луис Санчес** (главен творчески директор на BBDO NA), **Джуди Джон** (главен творчески директор на Edelman) и **Деби Вандевен** (главен творчески директор на VMLY&R) .

Участниците ще могат да подадат своите кандидатури между 10 юли и 15 септември, т.г. Оценяването ще се проведе през октомври, а в края на същия месец ще бъде обявен и победителят.

„Working with Cancer“ има за цел да премахне изцяло несигурността и стигмата около рака на работното място. Програмата, първоначално лансирана от Publicis Groupe[, се превърна в съюз между големи международни компании](https://workingwithcancerpledge.com/supporters#all-company-pledges) – над 600 бизнеса, подкрепящи инициативата и засягащи над 200 милиона служители, обединени от желанието да създадат отворена, подкрепяща и ориентирана към бъдещето култура за хората, страдащи от рак. Програмата продължава да бъде в партньорство с водещи имена в изследването на рак, както и с лидери на мнение като Dani Trops, The Stroups, CancerChic и Laurie MacCatskill.

„Working with Cancer“ получи своето голямо признание тази седмица по време на фестивала Cannes Lions, където спечели наградата Lions Health Grand Prix for Good. Това отличие отбелязва ефективното прилагане на творчество за постигането на положително въздействие не само върху бизнеса и брандовете, но и върху света като цяло.

*„LIONS е горд привърженик на „Working with Cancer“ и сме щастливи, че имаме възможността да предоставим нашия световно доказан процес за оценяване на състезанието, което дава на индустрията вълнуващата възможност се обедини и да работи за премахването на стигмата около рака на работното място.”* – **Саймън Кук, главен изпълнителен директор на LIONS.**

*„От самото стартиране на инициативата „Working with Cancer“ в началото на тази година получаваме силни и вълнуващи реакции от страна на колеги и клиенти. Програмата се превърна в същинска мулти-индустриална коалиция и към момента, заедно с Edelman, IPG, Omnicom и WPP, приканваме индустрията да се изправи пред едно от най-полезните и значими творчески предизвикателства, които някога ще срещне. Повишавайки осведомеността около „Working with Cancer“ и насърчавайки повече компании да се включат, ние вярваме, че ще променим представата за рака на работното място и ще подобрим методите за справяне с болестта в световен мащаб.”* – **Карла Серано, глобален и главен стратегически директор на Publicis Groupe.**

*„Всички от екипа на Omnicom сме развълнувани да подкрепим такава важна и значима инициатива, рамо до рамо с колегите от индустрията. Никой не избира да има рак - заболяването избира човека. Точно поради тази причина работното място трябва да е една сигурна и подкрепяща среда. Няма по-добро място от Cannes Lions за продължаване на мисията на „Working with Cancer“ и с нетърпение очаквам да видя невероятната работа, която можем да направим за тази специална инициатива.”* – **Луис Санчес, главен творчески директор, BBDO Северна Америка.**

*„Рекламната индустрия е много конкурентна. Всички обичаме да печелим. Тази инициатива призовава всички нас, заедно, да победим стигмата около рака на работното място. Това ще бъде една колективна победа.”* – **Сюзън Кредъл, глобален председател и главен творчески директор, FCB.**

„Working with Cancer“ е домакин на срещи между партньорите-учредители, които се състоят на всяко тримесечие и на които се разглеждат активностите, предприети от всеки бизнес, който е част от инициативата. Можете да станете една от тези компании и да насърчите и другите да окажат своята подкрепа [тук](https://www.workingwithcancerpledge.com/).