Communiqué de presse

13 juillet 2026

Tout faire pour avoir une vie ordinaire : FACE dévoile sa première campagne nationale grand public

Pour la première fois de son histoire, la Fondation FACE déploie une campagne nationale de notoriété destinée au grand public. Diffusée cet été 2026 dans toute la France, cette campagne vise à faire émerger un message simple et universel : l'emploi est un levier essentiel pour l'inclusion, et permet à celles et ceux qui en sont éloignés de retrouver une vie ordinaire.

Une campagne pour rendre visible l'essentiel

Chaque année, FACE accompagne plus de 400 000 personnes dans leurs parcours d'inclusion à travers des programme d'insertion dans l'emploi, d'éducation et d'orientation choisie et d'accès aux droits. Pour mieux faire connaître son action dans tous les Territoires, FACE lance pour la première fois une campagne de communication destinée au grand public, rendue possible grâce à la mise à disposition à titre gracieux d'un dispositif média national par Cityz Media, ainsi qu'à l'accompagnement de l'agence de communication La Chose.

Dans le cadre de cette campagne, la Fondation a fait le choix de mettre la focale sur l'emploi, levier central de l'inclusion. Derrière ce parti pris, une conviction simple : retrouver un emploi, ce n'est pas seulement accéder à une activité professionnelle, c'est aussi retrouver un cadre, une stabilité, un quotidien. C'est cette réalité concrète que la campagne souhaite rendre visible.

« *Les grandes causes méritent des idées simples. Faire de l'ordinaire un désirable, du banal un privilège, c'est l'insight qui nous a guidés. Et c'est une fierté de le porter pour FACE*. » indique Pierre Bellefleur, DG de l'Agence La Chose.

Un dispositif national inédit, au service d'une cause d'intérêt général

La campagne est diffusée en DOOH (Digital Out Of Home), sur des écrans digitaux implantés dans des lieux de forte fréquentation (centres commerciaux, espaces urbains), dans une douzaine de territoires.

« *Nous sommes fiers de mettre la puissance de notre réseau au service d'une cause d'intérêt général. Cette campagne illustre pleinement le rôle que peut jouer le média dans la valorisation d'initiatives utiles et concrètes sur les territoires* » déclare Didier Quillot, Président Exécutif de Cityz Media.

Une mobilisation collective

Au-delà de sa diffusion nationale, la campagne a vocation à être relayée par l'ensemble du réseau FACE : ses 42 clubs territoriaux, les 35 fondations abritées sous son égide, ses 5000 entreprises partenaires — afin d'en amplifier la portée et d'ancrer le message au plus près des territoires.

« Cette campagne marque une étape importante pour FACE. Elle nous permet de faire connaître au plus grand nombre une conviction simple : personne n'est inemployable, et l'accès à l'emploi est souvent la première marche vers la reconstruction d'une vie. Nous avons fait le choix d'un message à la fois humble et concret, porté par une proposition créative particulièrement juste, qui rend visible avec simplicité la réalité des personnes que nous accompagnons », déclare Jean Castex, Président de la Fondation FACE.

Elle constitue une première étape dans une stratégie plus large visant à renforcer la notoriété de FACE dans ses différents champs d'action, y compris l'éducation et l'orientation, l'accès aux droits et la transition écologique solidaire, au service de son développement et de son impact.

A propos de FACE :

La **Fondation FACE,** présente dans 72 départements en France, agit en faveur de l'inclusion à travers 42 clubs locaux et 35 fondations abritées sous son égide. Elle compte près de 5 500 entreprises partenaires au niveau national. FACE mobilise l'engagement des entreprises et de leurs salariés pour mettre en œuvre des projets en faveur de l'éducation et l'orientation choisie, l'emploi et l'insertion professionnelle ainsi que la médiation et l'accès aux droits. Elle développe des actions en faveur de la transition écologique solidaire.

A propos de La Chose :

Agence de publicité indépendante depuis 2006 avec plus de 150 récompenses nationales et internationales. Nous cherchons la bonne chose à dire. Cette chose précise, singulière, qui fait qu'on s'en souviendra. Indépendante par conviction, parce que la liberté de penser est la condition de la liberté de créer. Engagée sur le fond, certifiée RSE Agence Active par AFNOR, parité et diversité sont au cœur de nos équipes.

A propos de Cityz Media:

Cityz Media est un acteur français majeur de la communication extérieure.Cityz Media est le leader du média bus en France, en Île-de-France et à Paris (dès novembre 2026), avec une couverture inégalée de 12 500 bus et 40 000 faces publicitaires.

Le groupe est également leader du DOOH dans les centres commerciaux, avec plus 2500 écrans digitaux dans les malls, mais aussi dans la rue et le métro, totalisant une audience hebdomadaire digitale de 18 millions de Français.

Acteur majeur du mobilier urbain, Cityz Media est présent dans plus de 50 grandes agglomérations et dans les métros de Lyon et Toulouse, et Rennes.

Grâce à sa présence multi-univers (bus, malls, rue, métros) et multi-formats (print & digital), Cityz Media accompagne les Français dans tous leurs moments de vie. Chaque semaine, il permet ainsi aux marques et institutions de communiquer auprès de 40 millions de citoyens-consommateurs.

Cityz Media est le seul opérateur capable d'allier puissance, proximité et efficacité sur l'ensemble du territoire. Fidèle à sa signature « Proche de vous », le groupe s'engage pour une communication utile, accessible et responsable.

Contacts presse :

FACE

Carole GANDON, Directrice des relations institutionnelles et de la communication

c.gandon@fondationface.org – 06 71 94 37 75

La Chose

Pierre Bellefleur, Directeur Général
pierre.bellefleur@lachose.fr - 06 71 20 89 23

Cityz Media

Caroline Mériaux
caroline.meriaux@cityzmedia.fr – 06 85 80 53 72

ANNEXE :

TOUT FAIRE
POUR QUE CHACUN
PUISSE RÂLER
SUR LE CHEMIN
DU TRAVAIL.
FACE

06:30
TOUT FAIRE
POUR QUE CHACUN
PUISSE METTRE
CINQ RÉVEILS
LE MATIN.
FACE