

Charte Communication Responsable

Al Barid Bank s'est inscrit dans une démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise qui place la RSE au cœur de sa stratégie. Ainsi, la banque a reçu en Décembre 2023, le label (**RSE**), décerné par la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (**CGEM**), en reconnaissance de son engagement en matière de responsabilité sociétale et de développement durable.

La banque s'engage ainsi à poursuivre cette dynamique avec l'ensemble des collaborateurs en vue d'inscrire la RSE dans une démarche d'amélioration continue et d'agir ainsi concrètement pour la pérennisation des acquis et un avenir plus durable.

Par ailleurs, **Al Barid Bank** confirme sa volonté de renforcer ses engagements en matière de RSE, conformément à son positionnement en tant que banque engagée, en faveur du marché et du développement durable .

La charte de communication RSE intervient dans cette optique et apporte une attention particulière à la communication et aux messages que la banque déploie dans le cadre de ses différentes prises de parole.

La présente charte s'applique ainsi, à l'ensemble de la communication d'**Al Barid Bank** via l'ensemble des canaux de communication classique et digitale.

Les principes majeurs de notre charte de communication :

- **Contenu éthique** : Le contenu des messages et publicités doit être fiable, claire, sincère et en cohérence avec les valeurs d'**Al Barid Bank** :
 - Une banque proche de ses clients, qui les comprend et les considère ;
 - Une banque accessible par le prix, par l'accueil et par le réseau ;
 - Une banque proche et accessible par des offres simples et utiles ;
 - Une banque qui soutient les initiatives nationales ;
 - Une banque qui contribue au développement social et économique du Maroc ;
 - Une banque qui place l'intérêt du citoyen marocain comme une priorité.
- **Contenu non discriminatoire et respectueux de la dignité humaine**. La communication d'**Al Barid Bank** doit :
 - Être respectueuse de la dignité humaine et s'interdire toute forme de discrimination (sexe, âge, origine ethnique, handicap, religion, etc.) ;
 - Promouvoir l'application du principe de non-discrimination sous toutes ses formes durant la conception des visuels et messages radios ;
 - Développer des concepts pluralistes qui rapprochent, fédèrent et vont au-delà des différentes identités culturelles ;
 - Refléter la diversité de la société marocaine et notamment sa diversité culturelle et ethnique dans les profils représentés ;
 - S'adresser aux minorités avec respect et ouverture et les considérer comme des cibles à part entière.
- **Protection des données personnelles** : La Communication de la banque doit prendre en considération le respect de la protection des données personnelles et privées des collaborateurs, clients et tiers conformément aux dispositions de la loi n°09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel ;
- **Respect des partenaires** : la banque doit veiller à développer et entretenir des relations justes et responsables avec ses partenaires en s'adressant à eux avec réactivité et transparence. La banque doit également garantir aux journalistes une source d'information fiable et pertinente tout en leur assurant une autonomie ;
- **Communication Eco-Friendly** : La banque doit utiliser des outils et imprimés éco-responsables et encourager le recyclage et la digitalisation (réduction de la consommation papier dans les actions de Com afin de réduire son empreinte écologique globale).