



CONSEIL
FORMATION
INSPIRATION
MISE EN ACTION

COMPRENDRE, VOIR ET AGIR POUR
UN ENVIRONNEMENT PLUS DURABLE
ET UNE SOCIÉTÉ PLUS RESPONSABLE.

Face à l'urgence climatique,
agir chacun à son niveau
devient une priorité.

Nous sommes convaincus que
pour vous donner envie d'agir, il
faut vous faire **comprendre**
pourquoi le faire, vous emmener
voir d'autres le faire et vous
permettre d'agir vous-mêmes
pour de vrai.



**NOUS APPORTONS DES
RÉPONSES ET DES SOLUTIONS
AUX ENTREPRISES, ÉCOLES ET
ORGANISATIONS POUR LES
AIDER À COMPRENDRE, VOIR ET
AGIR CONCRÈTEMENT POUR
L'ENVIRONNEMENT, POUR
LONGTEMPS.**

DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : UNE DÉMARCHE TRANSFORMATIVE POUR DEVENIR UN ACTEUR DU CHANGEMENT ET DE LA TRANSITION, DURABLEMENT.

comprendre

pourquoi et comment agir

voir

d'autres agir et s'en inspirer

agir

concrètement et collectivement

CONSEIL

MEDIA



Conseil en stratégie media x sustainability

Mesurer, optimiser et améliorer
l'empreinte environnementale de la
publicité par l'écoconception
et la diffusion

Faire adopter les automatismes
medias, appliquer les tips et
écogestes de base pour **réduire**
l'empreinte environnementale

Faire évoluer le mindset publicitaire
et que **la publicité inspire et favorise**
de nouveaux comportements dans
le respect des limites planétaires
actuelles.

FORMATION

SENSIBILISATION



Ateliers collectifs de sensibilisation
des impacts environnementaux et
sociétaux des **activités humaines**,
de l'industrie de la **publicité**.

Ateliers interactifs (simulateur) pour
comprendre les enjeux sociaux et
climatiques auxquels nous devons
faire face et identifier les leviers
d'action.

- ❖ **Fresque du climat** [i en savoir +](#)
- ❖ **Atelier 2tonnes** [i en savoir +](#)
- ❖ **Fresque de la publicité** [i en savoir +](#)

Formation professionnelle
publicité et media raisonnables :

- ❖ **Journée immersive de formation** à la publicité responsable et raisonnable [i en savoir +](#)

INSPIRATION

RENCONTRES



Séminaires d'entreprise

Rencontres, dialogues et inspiration
auprès de Change Makers.

Echanges de bonnes pratiques,
inspiration et partages.

ACTION

IMPACT POSITIF



Teambuilding à impact positif
pour agir en équipe avec mission
sociétale ou environnementale.

Action collective,
cohésion d'équipe
porteur de sens et d'impact
pour ancrer durablement l'envie
de transformation

Exemples de teambuildings :

- ❖ replanter des îlots de biodiversité 🌱
- ❖ prêter main forte dans une ferme écoresponsable 🌾
- ❖ tenter l'aventure de la gastronomie sociale 🍷
- ❖ cartographier les pollutions fluviales à vélo 🚲



SERVIR LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

- ❖ **Incarner la transition** écologique dès aujourd'hui, c'est devenir une source d'inspiration pour le marché et les prospects.
- ❖ **Dessiner les contours d'une stratégie d'entreprise responsable et vertueuse.**

CONVAINCRE LES CLIENTS

- ❖ **Un argument « conseil » et « économique »** auprès des clients pour leur apporter savoir et éclairage.
- ❖ **Un argument « relationnel »** pour leur faire bénéficier de **sessions d'ouverture et d'acculturation.**

GÉNÉRER DU BUSINESS ET DU R.O.I

- ❖ Pour **être aligné face à la réglementation RSE et les normes** en vigueur et à venir (CSRD...), intégrer la contrainte comme une norme et une opportunité pour incarner un acteur en avance de phase sur le marché.
- ❖ Les parties prenantes sont de plus en plus insistantes sur les normes environnementales et sociétales : la pression client x fournisseur va se faire de plus en plus forte. **Être aux attendus dès à présent pour convaincre et créer la préférence de marque des clients et générer du business.**

FÉDÉRER LES COLLABORATEURS

- ❖ **Faire monter les collaborateurs en compétence** et maîtriser un sujet largement scruté sur le marché.
- ❖ **Faire adhérer à l'entreprise comme un argument RH** de préférence de **Marque Employeur.**
- ❖ **Démontrer l'intérêt sincère de votre organisation** pour les questions sociales et environnementales en leur faisant bénéficier de cette formation.



CONSEIL &
FORMATION



CONSEIL

LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE AU-DELÀ DE LA MESURE CARBONE

Conseil pour les Directions digitales, marketing, communication, publicité et média.
Marques, Régies, Agences.

ADOPTER LES BONS AUTOMATISMES MEDIA

optimiser les plans pour prendre en compte des performances environnementales sans dégrader les performances business pour autant.

Nous auditons les plans media actuels au prisme des performances environnementales. Nous vous recommandons les outils de mesure et vous guidons les solutions de réduction.

Nous vous guidons dans vos briefs et votre stratégie media sustainable.

APPLIQUER LES TIPS ET ECOGESTES DE BASE

réduire l'empreinte environnementale des campagnes médias de 20% est assez simple.

Nous vous formons aux écoGESTES media de base à appliquer dans les campagnes media.

FAIRE ÉVOLUER LA PHILOSOPHIE PUBLICITAIRE

ouvrir les yeux sur la conception sociale et son impact.
prendre conscience du rôle d'influence de la publicité sur les comportements

Nous apportons une approche plus responsable de la publicité à vos équipes pour qu'elles incubent une nouvelle façon de penser leur métier.



pour que la publicité soit plus

RESPONSABLE | RAISONNABLE | RESPECTUEUSE

FORMATION

INSPIRATION

ACTION



L'industrie de la publicité est décriée, jugée abusive, intrusive et polluante en raison des nombreux abus de l'industrie : abus de formats, d'exploitation de datas, de surexposition publicitaire etc.

NON à la publicité et aux journaux d'annonces



STOP PUB

Réduisons vite nos déchets !

Merci

OUI à l'info des collectivités

- Près de 40% des internautes utilisent un adblocker ;
- Les publicités outdoor sont considérées comme une agression visuelle. Les réglementations locales s'en sont d'ailleurs fait l'écho en limitant les panneaux aux abords des agglomérations ;
- Le 'Oui Pub' est en test alors que le 'Stop Pub' est largement répandu ;
- Le contrat de lecture en digital vidéo a parfois été dépassé en multipliant à l'excès les preroll et midroll ;
- Les taux de consentement du tracking pub des publishers plafonnent à 30% ;
- Certains formats mobiles jugés intrusifs sont encore exploités en 2024...

La plupart des formations traitent de la responsabilité de la publicité, des messages publicitaires et ce qu'ils renvoient. Elles n'abordent pas la prise de conscience du métier et de comment intégrer la responsabilité dans le mindset.

***En apprenant à être soi-même plus responsable,
on en arrive à faire que la publicité elle-même soit plus responsable.***





CONSEIL

Nous proposons un atelier qui sensibilise et forme aux réflexes publicitaires indispensables aujourd'hui en matière d'environnement, de ciblage et de diffusion notamment.

**La publicité a un pouvoir / devoir d'influence positive qu'il faut valoriser et transmettre.
Il faut aussi oser modifier nos comportements et notre façon d'agir en publicité.**

FORMATION



*Pour doter le marché d'un nouveau mindset pour **penser, briefer, concevoir et diffuser** une publicité plus choisie et appréciée des cibles avec impact et adhésion, nous proposons d'éveiller les consciences et les positions, au travers d'un atelier unique qui regroupe l'ensemble des leviers utiles.*

*Notre objectif est de vous apporter les réflexes à adopter pour que la publicité soit plus **responsable, raisonnable et respectueuse**, et que, in fine, elle redonne envie d'être vue, lue et entendue, et que l'industrie attire à nouveau les talents au regard de l'importance de l'action en faveur de l'environnement et du bien commun.*

***Nous proposons l'atelier qui vous donne les clés de lecture
mais surtout les mécanismes de mise en application de ce nouveau mindset.***

ACTION



un atelier pour l'industrie de la publicité qui sensibilise aux réflexes en matière environnementale, de ciblage et de diffusion notamment pour une publicité plus :

responsable

Intégrer la **vision environnementale et sociétale** dans la conception et la diffusion, avec l'aide d'éco-tips de base. Comprendre comment la publicité a ce rôle d'influenceur dans les comportements positifs en faveur de nouveaux imaginaires et de nouveaux désirables en consommation.

- Quels leviers pour mieux concevoir et diffuser ses campagnes de publicité, comment mesurer, optimiser et réduire l'empreinte environnementale des campagnes ?
- Comment rendre le media plus inclusif ? Comment véhiculer de nouveaux standards positifs ?

raisonnable

Intégrer une **vision de la performance aux prismes des enjeux sociétaux** actuels (la publicité solidaire, la publicité choisie notamment) et dans sa diffusion.

- Comment conjuguer performances media x performances environnementales ? Quel reach atteindre et pour quelle qualité ? Comment répartir justement la valeur de la publicité ? Quel KPI suivre et quelle plateforme considérer ?
- Quelles solutions concrètes mettre en place ?

respectueuse

Pour être respecté, il faut être respectueux : éviter les écueils du marché, renverser la perception négative de la publicité et créer de nouveaux désirables, respecter les audiences, éviter ou promouvoir certains formats publicitaires, comprendre les taux de consentement...

- Quels formats privilégier ou éviter ? Quel set up de campagne privilégier ?
- Quelles limites se donner ? Etc.



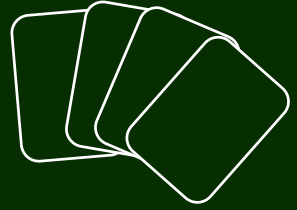


Une journée pour l'industrie de la publicité
qui sensibilise aux réflexes en matière environnementale, de ciblage et de diffusion

- **Objectifs** : former aux réflexes publicitaires en adéquation avec l'époque actuelle, l'environnement et le sociétal ; doter les équipes des bons outils et faire élever les consciences pour une industrie publicitaire plus responsabilisée.
- **Forme** : 1 journée entière hors les murs.
 - Matinée : atelier de sensibilisation : publicité, greenwashing, do's and don't. Un atelier en petit groupe, interactif, sous forme d'une activité ludique. Un format agile de 2 à 3h selon les activités, en équipe pour apprendre collectivement. L'atelier est orienté sensibilisation mais surtout solutions concrètes pour agir.
 - Après-midi : les clés et les leviers à mettre en pratique dès les briefs marketing, pub, media, communication et même les briefs régies et agences.
- **Lieu** : dans les locaux du client ou un tiers-lieu en Ile de France.
- **Livrable** : le guide de la publicité responsable, raisonnable et respectueuse → les outils pour s'auto-responsabiliser.
- **Vous pouvez vous inscrire à la formation** : [ici](#)

Pour qui ?

Agences de publicité, agence conseil, média ou marketing, **régies** publicitaires, **annonceurs** (direction de la communication/media, équipe marketing, produit..), plateformes / **acteurs de la tech** et du numérique, mais aussi **écoles de commerce ou de marketing**,...



CONSEIL

Les ateliers **tout public** pour comprendre les enjeux climatiques auxquels nous devons faire face.

FORMATION



LA FRESQUE DU CLIMAT

Un atelier ludo-éducatif basé sur un jeu de cartes dont le but est d'identifier les causes et les conséquences de l'activité humaine sur le climat.

Un atelier ludique et collectif en petit groupe qui fait comprendre **pourquoi il est urgent d'agir.**

2TONNES

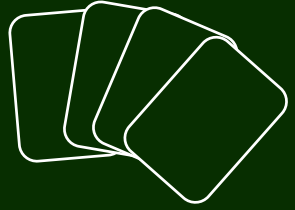
Un atelier interactif et collectif ! Une projection à 2050 pour comprendre comment faire pour atteindre les fameux 2 tonnes de CO2/personne. Un atelier de 3h pour savoir **comment agir. Identifier les leviers individuels et collectifs qui transforment réellement et durablement.**

Pour qui ?

Toute entreprise qui souhaite sensibiliser ses équipes, dirigeantes, opérationnelles, support ou même ses clients, sur leur impact environnemental. Mais aussi les **collectivités locales, administrations, associations, collèges, lycées ou écoles.** En équipes ou inter-entreprises.

ACTION

INSPIRATION



CONSEIL

Atelier collectif et interactif **recommandé au secteur de la publicité** pour comprendre les impacts sociaux, sociétaux et environnementaux de la publicité et identifier les leviers concrets d'action.

LA FRESQUE DE LA PUBLICITÉ



Un atelier qui bouscule les schémas classiques de la publicité et la façon de penser les stratégies publicitaires.

Un atelier indispensable pour mieux comprendre pourquoi et comment agir dans l'industrie.

Un atelier en petits groupes, interactif, pour comprendre les impacts de l'industrie de la publicité sur la société et sur l'environnement.
Atelier ponctué de nombreuses illustrations publicitaires pour identifier les leviers d'action à mettre en place dans la filière.

Livrable: un guide des leviers d'action identifiés lors de l'atelier (et de précédents) est envoyé à chaque participant pour qu'il puisse agir à son échelle.

Pour qui ?

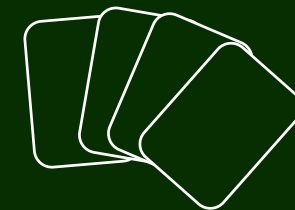
Agences de publicité, agence conseil, média ou marketing, **régies** publicitaires, **annonceurs**, plateformes / **acteurs de la tech** et du numérique, services marketing, directions de la communication, départements RSE. Mais aussi **écoles de commerce ou de marketing**,...

FORMATION



INSPIRATION

ACTION



CONSEIL



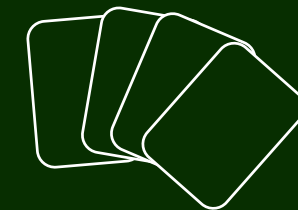
FORMATION



INSPIRATION

ACTION





CONSEIL

FORMATION



INSPIRATION

ACTION



ATELIER LUDO-ÉDUCATIF DE 3H DÉCOUPÉ EN 3 PARTIES

- 1 / Phase de jeu en groupes sur la base de jeux de cartes
- 2 / Phase de créativité ou de brainstorming sur des leviers d'action
- 3 / Phase de debrief et de libre expression

L'atelier est basé sur l'intelligence collective et les échanges : il se déroule en groupe de 7 à 14 personnes maximum pour faciliter les échanges et les interactions entre les participants.

Le ou les animateurs (selon la taille des groupes : 1 animateur pour 15 personnes maximum) **se rendent disponibles dans les locaux de l'entreprise ou le lieu de séminaire, avec leur propre matériel d'animation.**

A fournir sur place : 1 ou plusieurs tables (2m² environ par table) selon le nombre de personnes (1 table pour 7-8 personnes). Chaises, paperboard ou écran TV ne sont pas nécessaires.



INSPIRATION &
ACTION



CONSEIL

FORMATION

INSPIRATION

ACTION



❖ des ateliers de sensibilisation sur place

Démarrer la journée par un atelier ludo-éducatif sur nos impacts sur le climat et la société, dans un lieu emblématique et ressourçant, pour toucher du doigt les enjeux auxquels nous sommes confrontés.



❖ des rencontres inspirantes

Pour comprendre et inciter à l'action, nous partons à la rencontre de Change Makers, qui témoignent de leurs actions concrètes et leur volonté d'agir à leur niveau pour en inspirer d'autres.

Des rencontres et des dialogues pour initier le mouvement et acter le changement.

❖ dans des lieux invitant à l'action et au changement

Des rencontres dans des lieux qui vous inspireront dans votre transition et votre modèle. Des discussions et des rencontres riches pour les individus et l'entreprise.



Exemple : vivre un Séminaire Slow life

➤ Prendre le temps et arrêter de courir après lui

Profiter d'une journée au vert, proche de Paris pour prendre son temps de se retrouver et vivre le temps lent..

➤ Vivre la Marche du Temps Profond

Pour comprendre et inciter à l'action, nous partons en marche lente en pleine nature pour apprendre et comprendre la formation de la planète jusqu'à l'arrivée de l'espère humaine.

Un temps précieux et mesuré pour apprendre sur nos actions.

➤ Faire des rencontres inspirantes

Rencontrer des Change Makers, qui témoignent de leurs actions concrètes et leur volonté d'agir à leur niveau pour en inspirer d'autres.

Des rencontres et des dialogues pour initier le mouvement et acter le changement.

➤ Participer à un atelier interactif pour ancrer la prise de conscience

Un atelier au choix qui va permettre de se rendre compte des enjeux et des actions à faire pour la planète et pour nous-mêmes



CONSEIL

FORMATION

INSPIRATION

ACTION



CONSEIL



FORMATION

INSPIRATION

ACTION

MOBILISER LES ÉQUIPES ET RÉINVENTER SON MODÈLE MARKETING EN RECRÉANT DU LIEN AVEC LE TERRAIN, DONNER DU SENS À SON BUSINESS ET INSPIRER LES ÉQUIPES.

des parcours inspirants

Partons en Expédition pour apprendre et toucher du doigt les éléments qui nous entourent ! Des parcours simples et accessibles pour être au plus près de la nature et apprendre.

low carbon

Les expéditions se font en train, à vélo – à assistance électrique possible – ou en randonnée, pour être au plus proche des éléments. Des déplacements non polluants pour un maximum d'impact.

en équipe

En groupe de 6 à 8 personnes de même niveau, en quête d'exploration et de découvertes.

1 ou plusieurs jours

Que ce soit sur une journée ou plusieurs, les parcours s'adaptent au niveau du groupe.

mission sociale et/ou environnementale

*Les expéditions sont construites pour découvrir des choses nouvelles qui inspirent à l'action. Les parcours proposent des rencontres en route de Change Makers inspirants et une mission finale à vocation **sociale** et/ou **environnementale** (se rendre sur une plage pour la nettoyer, une ferme de permaculture pour comprendre le procédé ou dans une association pour prêter main forte). **L'essentiel est de se motiver à agir.***



CONSEIL

FORMATION

INSPIRATION

ACTION

EXEMPLES DE
LEARNING EXPÉDITIONS



REPLANTER UN ILOT DE
BIODIVERSITÉ



PRÊTER MAIN FORTE
DANS UNE FERME ÉCORESPONSABLE



L'AVENTURE DE LA
GASTRONOMIE SOCIALE !



CARTOGRAPHIER
LES POLLUTIONS FLUVIALES



EN RÉSUMÉ

COMPRENDRE, VOIR ET AGIR POUR
UN ENVIRONNEMENT PLUS DURABLE
ET UNE SOCIÉTÉ PLUS RESPONSABLE.



LE CONSEIL

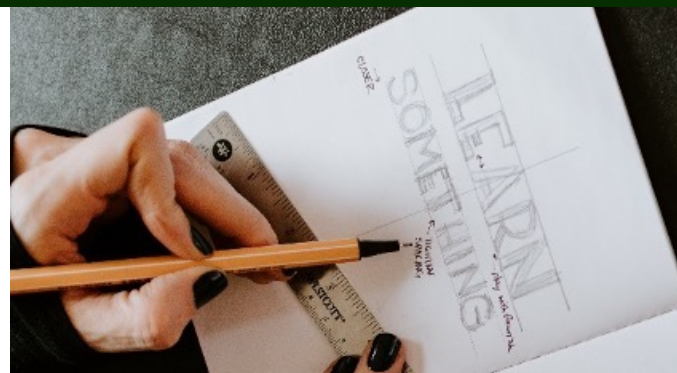
LA SENSIBILISATION

LE DIALOGUE

L'ACTION TERRAIN



Conseil et recommandations pour aller au-delà de la mesure carbone dans la stratégie media des annonceurs : intégrer les tips et écogestes de base, optimiser les performances x sustainability, réinventer la philosophie publicitaire, pour une publicité plus **responsable**.



Ateliers interactifs de sensibilisation aux enjeux sociétaux et climatiques pour soi-même, les équipes et les clients. Ateliers basés sur l'intelligence collective qui bousculent les schémas classiques de pensée.

Formation professionnelle à la publicité responsable, raisonnable et respectueuse.



Séminaire d'entreprise Journées immersives et des dialogues dans des lieux d'inspiration, à la rencontre de Change Makers.



Learning Expeditions à mission sociétale ou environnementale, en équipe, à vélo ou en éco-rando, à la rencontre de Positive Makers sur le parcours.

Teambuilding à impact positif pour ancrer la transformation dans la durée.



sophie dobel • 1er

DGA Transformation, Développement durable, Communication - Membre ...

Une session riche en échanges et en approfondissement de nos connaissances. Très stimulant de réfléchir aux actions que nous pouvons mettre en place facilement et collectivement - notamment en commençant par déployer la fresque de la pub au sein de nos entités. Des challenges : pouvoir proposer un catalogue d'offres affichant par offre l'impact environnemental ET mesurer au prisme d'une campagne de pub l'impact consolidé ! Merci Olivier



Pierre Santamaria • 1er

Business Transformation | Partner | EY Consulting

Merci Olivier Roz pour cette session inspirante et motivante pour avancer plus vite à faire bouger ces lignes.



Eric HUYNH • 1er

Responsable du Pôle Image de La Poste Groupe

Un chouette moment où l'on apprend beaucoup en confrontant nos points de vue dans un moment d'intelligence collective, merci Olivier



Eric Troussel • 1er

Directeur des Relations Externes de la BU Media chez La Poste - P...

Merci Olivier pour cet accompagnement efficace, instructif et sympathique 🍌



Anouck Lazard • 1er

Integrated Marketing Director chez ISOSKELE

Merci Olivier Roz pour cette expérience qui fait émerger de nombreux questionnements et qui a effectivement tout intérêt à être déployée !



Jean-Marc Dupouy • 1er

Stratégies durabilité et digital à Stjohns Isoskele

Au-delà du contenu, assez complet, ce qui est particulièrement intéressant, ce sont les très nombreux échanges générés entre les participants, tous convaincus des enjeux d'une communication responsable et durable.



Danielle S. • 2e

Analyste veilleur stratégique marques/médias/social media

Merci Olivier pour ce moment d'apprentissage et de fun autour de nos métiers et des enjeux sociétaux actuels !



Xavier Hay • 1er

Directeur Marketing & Innovation - La Poste BU Media

Bravo et merci Olivier Roz pour cette belle initiative ! Passionnant

« Super sujet dont j'ai déjà parlé à un client, l'oreille a été plus qu'attentive, on n'est pas hyper nombreux sur le marché à pouvoir en parler ! » Emilie Le Roux
SEO Senior Specialist – FABERNOVEL



Xavier SCARFO • 2e

Global Relationship Manager HSBC

Encore merci à Olivier ! Une sensibilisation au climat aujourd'hui essentielle. 🌍



Marie LEBOURG • 2e

Directeur Commercial@ HSBC Continental Europe

Merci encore Olivier pour ta bonne humeur et ta disponibilité 😊



Laurent BRILLANT • 1er

Directeur Commercial | Diversité & Inclusion 🇫🇷 | Promoteur de la ...
7 mois • Modifié • 🗨️

Pour agir face au changement climatique, il faut d'abord le comprendre. Et c'est ce que permet **La Fresque du Climat** 🌍🔥🌊📊

Aujourd'hui une partie des collaborateurs **HSBC Commercial Banking** du site Haussmann ont eu le privilège de se prêter au jeu de la **#Fresque**.

2 tables, 12 collaborateurs, 3 heures, des **#quizz...**

Décrypter (1), comprendre, débattre, collaborer autour d'un thème qui parle à tous : les enjeux **#climatiques**, de leur origine jusqu'aux conséquences dans un cadre ludique et convivial chaleureusement (dans la limite raisonnable de 🌡️+1,5 degrés) animé par un fresqueur engagé **Olivier Roz** 😊 qui a eu la gentillesse sur son temps libre de nous acculturer et sensibiliser sans culpabiliser sur notre impact et nos actions simples.

Déstabilisant 😬 mais il n'est pas trop tard ! 🙏

ils nous font confiance



FABERNOVEL



3qtz
Digital Marketing Partner



Arnaud Tomasi • 1er

Directeur de la BU Media Président de MEDIAPOST, SOGEC et ISOSKELE
6 j • 🗨️

La semaine dernière, nos référents RSE ont passé 3h avec **Olivier Roz** pour se former à la **Fresque de la Publicité** imaginée par **youmatter.world**.

Une nouvelle démarche pour comprendre les enjeux environnementaux des acteurs de la publicité, et accélérer la transition 🌱

Ensemble, ils ont décortiqué les campagnes publicitaires et leur impact écologique et sociétal, de la conception à la diffusion.

L'objectif : comprendre, analyser et...
Cet atelier représente une nouvelle...
nous mettons désormais au cœur d...
marketing plus responsables.

Il est important, à mes yeux, que les...
partagent un socle commun de con...
puissions construire une feuille de...
restreindre les initiatives !



Bruno Ricard • 1er

DGA marketing, com & études chez 366
4 j • 🗨️

Grand moment (3h quand même) avec le CoDir de **366** pour "faire" la Fresque de la Publicité car comme dit Confucius "J'entends et j'oublie, je vois et je me souviens, je fais et je comprends." Merci à **Olivier Roz** et **Hayat AKLI** d'avoir préparé et animé cette session !

Et ravi d'avoir pu compter sur la curiosité et l'enthousiasme de mes alter egos **Line luc Thibaud Alain Laurent Stéphane** et **Yohann** 🍌 On avance.

YouMatter Positive Company® - Le label RSE made in France






CONSEIL
FORMATION
INSPIRATION
MISE EN ACTION

MERCI

 www.333ppm.fr

 contact@333ppm.fr

 [333PPM](https://www.linkedin.com/company/333ppm)