

FORMATION PROFESSIONNELLE

FRESQUE DE LA PUBLICITÉ

- CADRE ET OBJECTIFS DE FORMATION -
version : mars 2024

Préambule

Cette formation est destinée à un public adulte professionnel ou étudiant en commerce, marketing, communication, media ou publicité.

Cette formation entre dans le cadre de formation de professionnels dans un process de responsabilisation sociale et environnementale des médias, de la publicité, de la communication et/ou du marketing. Le client mandataire de 333PPM pour cette formation est le prescripteur de ladite formation pour le compte de son organisation et/ou de ses collaborateurs. Ci-après dénommé le « Prescripteur ».

Expression de besoins : adaptabilité de la formation

Pour les formations intra-entreprise, afin d'adapter le contenu, le déroulé voire même les objectifs de cette formation, le prescripteur fait part d'une expression de besoins à 333PPM par écrit ou autre forme. 333PPM adapte ainsi le programme aux besoins et objectifs du prescripteur.

Pour les formations inter-entreprises, le contenu, programme et objectifs de la formation ici présents font office d'expression de besoins. 333PPM se charge d'adapter le contenu selon les participants et les profils connus et inscrits.

Contenu général de la formation

La formation se base sur les éléments pédagogiques de la Fresque de la Publicité et respecte le cadre pédagogique recommandée par l'Association.

L'animation 333PPM complète le cadre pédagogique recommandé avec de nombreuses illustrations publicitaires (print, digitale et vidéo), des conseils et des ouvertures sur les grands enjeux climatiques et environnementaux. L'animation complète également de guideline opérationnels « do's » and « don't » et évoque des use cases d'avis rendus par le Jury de la Déontologie Publicitaire.

Objectif

Le but de la *Fresque de la Publicité* est de placer les cartes selon la chaîne de valeur de l'écosystème publicitaire. Moins que des liens de cause à conséquence, il s'agit d'identifier les interdépendances entre les maillons professionnels et les impacts environnementaux et sociaux de la publicité en fonction des divers scénarios.

L'objectif est de faire comprendre l'ensemble de l'écosystème, l'impact de chaque maillon et les leviers possibles à activer pour chaque acteur de la chaîne.

Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis technique spécifique. Néanmoins, elle s'adresse à un public de professionnels ou en phase de professionnalisation à l'industrie de la publicité. Elle demande donc un minimum de connaissance marketing et/ou communication.

Objectifs pédagogiques

- Évaluer les impacts environnementaux et sociétaux de la publicité
- Identifier les leviers possibles pour une industrie plus responsable
- Produire les actes concrets à mettre en place par les acteurs de la chaîne de valeur

Contenu

La formation s'articule de 3 parties autour de l'introduction et de la conclusion :

Introduction : le contexte et la mise en perspective de la nécessité de comprendre les rouages de l'industrie publicitaire au-delà de son propre environnement (annonceur, régie, agence ou école, organisation) ;

1. L'atelier en lui-même avec 43 cartes réparties en 5 lots qui, une fois, les liens créés entre elles, forme une fresque globale ;
2. Le brainstorming autour des leviers identifiés collectivement et à mettre en place selon une roadmap définis sur un axe de faisabilité (plus ou moins facile à mettre en place) et selon un axe de puissance d'impact (fort ou faible impact).
3. le debrief individuel qui permet à chaque participant d'exprimer son ressenti de l'atelier vécu, des solutions imaginées et de son pouvoir d'influence

Conclusion de l'animateur pour transmettre enthousiasme et énergie aux participants pour passer à l'action.

Programme

- Avant formation : si les coordonnées des participants sont fournies en amont, quelques jours avant la formation, prise de contact des participants par e-mail avec contenu et programme de la formation. Les informations logistiques sont également fournies dans cet email : adresse de formation (lieu, salle, ...), horaires, conditions d'accès etc.
- Jour de la formation :
 - o Accueil et installation des participants, émargement, présentation de l'atelier et du programme
 - o Contexte, ice breaker et tour de table
 - o Atelier fresque avec le matériel pédagogique
 - o Séquence de brainstorming des leviers à activer en publicité pour un impact positif et mise en perspective sur un référentiel « impact x mise en place »
 - o Debrief individuel
 - o Conclusion
- Post-formation : voir section « Bilans et rapports post formation »

Cadre de formation

Lieu : dans les locaux du prescripteur si la formation est intra-entreprise.
Dans les locaux fournis par 333PPM si la formation est inter-entreprises.

Mode de formation

En présentiel uniquement : pour des raisons de qualité, cette formation ne se déroule qu'au format présentiel uniquement.

De même, pour des raisons de qualité dans les échanges, de réflexion et d'émulation de l'intelligence collective, cette formation est organisée selon le nombre de participants : 6 minimum, 8 à 9 maximum par groupe selon session. Possibilité de faire 2 groupes maximum par session.

Matériel de formation

La formation se déroule en présentiel.

En cas de session au sein des locaux du Prescripteur, il convient de fournir les éléments ci-dessous pour le bon déroulement de la session :

Pour chaque groupe de participants : Une ou plusieurs tables collées ensemble formant une surface assez grande pour accueillir la Fresque (environ 1m sur 2m) et autour de laquelle les joueurs peuvent facilement se déplacer. Les chaises sont par ailleurs retirées pour que les joueurs ne soient pas gênés et restent actifs.

Participants en situation de handicap : les participants en situation de handicap seront pris en charge et accompagnés par l'animateur dans le respect de leur situation. Les chaises seront bien entendu disponibles.

Écran de projection ou TV recommandés mais pas obligatoire.

Paperboard ou tableau blanc recommandés également mais pas obligatoire.

333PPM se charge de la fourniture du matériel pédagogique.

Spécificités pour les participants en situation de handicap

Lors de la prise de contact avec le prescripteur ou l'email d'entrée en relation avec les participants, il est demandé si des participants ont des besoins relatifs à un accompagnement spécifique et s'ils souhaitent préciser lequel afin que l'animateur en tienne compte lors de la session.

Compléments

Cette formation peut être complétée par :

Compléments	Durée	Lien fiche d'information
Apprentissage en profondeur des techniques, outils, leviers à actionner pour la publicité plus responsable et raisonnable et améliorer son impact social et environnemental	Demi-journée	Voir fiche formation 👉 « Publicité raisonnable – module demi-journée »
Serious game greenwashing « décrypter les allégations environnementales »	2h30	Voir fiche formation 👉 « Serious Game Greenwashing »
Fresque du Climat	3h	Voir fiche formation 👉 « Fresque du Climat »
Atelier 2tonnes	3h	Voir fiche formation 👉 « Atelier 2tonnes »

BILANS ET RAPPORTS POST FORMATION

Quel que soit le format de prestation, les informations ci-dessous sont produites pour chaque contrat.

COMPLÉMENTS PEDAGOGIQUES POST FORMATION

Chaque session de formation est suivie d'un complément pédagogique dont chaque participant peut prendre connaissance, de manière asynchrone, suivant la méthode de contact décrite ci-dessous.

Chaque participant ayant renseigné ses coordonnées électroniques en amont de la formation (et autorisant le contact ultérieur) ou sur la feuille d'émargement (et autorisant le contact ultérieur), se voit recontacté par voie électronique pour :

- Lui fournir le support de formation (sauf éléments pédagogiques soumis à droit d'auteur) ;
- Lui fournir des éléments d'informations et de ressources pédagogiques complémentaires ;
- Lui permettre de renseigner un questionnaire de bilan, de retour d'expérience et d'évaluation sur la formation suivie.

BILANS ET ÉVALUATIONS

- **Bilan / évaluation post formation des participants**

Chaque session de formation fait l'objet d'une évaluation / retour d'expérience auprès des participants dans une perspective d'amélioration de la prestation ou de suivi de réclamation potentielle.

- **Bilan et rapport du formateur**

Un bilan est envoyé par 333PPM au client prescripteur en fin de contrat. Le bilan est quantitatif et et qualitatif de la formation.

- **Bilan / évaluation post formation du prescripteur**

Chaque session de formation fait l'objet d'une demande de retour d'expérience auprès du client prescripteur dans une perspective d'amélioration de la prestation ou de suivi de réclamation potentielle.

- **Suivi**

4 à 6 mois après la formation, le formateur reprend contact avec le prescripteur pour une nouvelle rencontre, en présentiel ou en distanciel selon le mode opératoire choisi d'un commun accord, avec les participants, en vue d'un point de suivi post formation et évaluer les acquis et les engagements sur le long terme. Ce suivi est proposé dans la démarche de formation mais n'est pas obligatoire. Elle est validée ou non par le prescripteur qui en fait le demande dans l'évaluation post formation.

À PROPOS DE 333PPM

Société à mission, dont la vocation est de faire comprendre, voir et agir les organisations en faveur d'un environnement plus durable et une société plus responsable.

SAS immatriculée au RCS de Périgueux.

Plus d'informations sur <https://www.333ppm.fr/>

À PROPOS DU FORMATEUR : Olivier ROZ

Expert media et engagé en faveur de l'action pour l'environnement, Olivier exerce dans l'industrie de la publicité depuis 25 ans et a été le Directeur des Media du Groupe La Poste.

Précédemment en agence de publicité chez TBWA/Paris, puis LVMH et même wedding planner, il est un épicurien au goût prononcé pour le challenge, notamment sportif. Olivier a créé 333PPM pour agir concrètement et tendre vers un environnement plus durable et une société plus responsable par le conseil, la formation, la sensibilisation et l'action. Il fait profiter de son expertise media x sustainability et œuvre au quotidien pour une publicité plus responsable, raisonnable et respectueuse, notamment via ses conseils et ses actions de sensibilisation en faveur du climat non seulement au sein de l'industrie publicitaire, mais également dans les écoles et les administrations.

En tant que Directeur des médias du Groupe La Poste, Olivier a contribué à apporter au sein du Groupe la vision durable de la publicité en mettant en place de nombreux outils permettant de réduire l'empreinte environnementale des campagnes publicitaires. Il a porté haut les valeurs de l'environnement en proposant aux marques du Groupe les outils et solutions concrètes pour améliorer les performances environnementales des campagnes sans pour autant dégrader leurs performances business.

Informations concernant les droits d'auteur : formation, méthode et contenu sont la propriété exclusive de 333PPM, hors éléments soumis à droits d'auteur. 333PPM est en conformité de l'usage des licences d'utilisation des éléments pédagogiques qu'elle n'aurait pas développée elle-même. Chaque exploitation fait l'objet d'une déclaration aux ayants-droits. Les licences d'utilisation sont réglées en conformité avec les règles d'utilisation émises par les ayants droits. Le « Serious game greenwashing » est une licence open source de media-smart. L'exploitation du matériel pédagogique de la Fresque de la Publicité, la Fresque du Climat et Atelier 2tonnes est déclarée à l'association du même nom pour chaque utilisation et fait l'objet d'un paiement de licence.