

FORMATION PROFESSIONNELLE
PUBLICITÉ & MÉDIAS
RESPONSABLES ET RAISONNABLES
MODULE DEMI-JOURNÉE

- CADRE ET OBJECTIFS DE FORMATION -
version : avril 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 publicité a le pouvoir d'influencer le public et le devoir d'inspirer de nouveaux comportements positifs dans le respect des limites planétaires actuelles et futures. Toutefois, l'industrie de la publicité est décriée, jugée abusive et intrusive. Pour que son rôle d'influenceur positif soit entendu, encore faut-il qu'elle soit respectée. Pour cela, l'industrie de la publicité doit pouvoir changer ses pratiques et faire prendre conscience du rôle sociétal de la publicité. La formation met le doigt sur pourquoi elle doit faire évoluer son mindset et comment nous pouvons actionner concrètement les leviers pour redorer le blason publicitaire et que les messages soient mieux lus, vus, entendus.

Formats

Cette formation également proposée au format 1 heure et format journée.

Voir les fiches « publicité & médias responsables et raisonnables » ➡ [module 1heure](#) » ou ➡ « [module journée](#) ».

Objectif

Faire prendre conscience du rôle et des devoirs de la publicité en matière de responsabilité sociale et environnementale. Faire comprendre comment la publicité peut agir positivement sur la société et comment améliorer l'adhésion du public aux messages véhiculés. Comment faire évoluer le mindset publicitaire pour améliorer la perception de la publicité.

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

Intégrer la RESPONSABILISATION, l'EXEMPLARITÉ et l'INSPIRATION DE NOUVEAUX MODÈLES dans le mindset publicitaire. Identifier et connaître les leviers d'amélioration de son métier, adapté à son secteur (annonceur, agence, régie, école ou organisation).

Programme

La formation est instruite par un formateur spécialiste expert en publicité et media. Spécialiste de l'impact de cette industrie en matière de RSE, la formation est illustrée par de nombreux exemples publicitaires pour interpeller l'auditoire.

La demi-journée est entièrement consacrée à la prise de conscience d'abord puis aux outils à actionner.

Contenu

- Comprendre comment l'industrie peut inspirer de nouveaux modèles de consommation durable et de nouveaux comportements en adéquation avec les limites planétaires.
- Comprendre comment l'industrie peut être plus davantage désirable pour être plus impactante in fine auprès de son audience pour diffuser les bons messages ?
- Comment intégrer ces réflexions le plus en amont possible, dès le brief ?
- Quels sont les leviers à activer dans les briefs marketing, communication et média ?
- Comment réduire l'impact carbone des campagnes de publicités ?
- Comprendre et lutter contre les stéréotypes en publicité, respecter les limites planétaires, aborder la théorie du donut en publicité.

Déroulé

- 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, émargement, présentation du déroulé et du programme de la demi-journée (15 min)
 - o 1^{ère} partie : prise de conscience, rôle et devoirs de la publicité (1h30)
 - o Pause (15 min)
 - o 2^{ème} partie : outils et techniques (1h30)

- 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, 10 maximum

Matériel de formation

Quand la formation se déroule en présentiel au sein des locaux du Prescripteur, il convient de fournir les éléments ci-dessous pour le bon déroulement de la session :

- Table et chaises pour les participants
- Écran (projection ou TV) et une connexion internet.

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.

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
Fresque de la Publicité	3h	Voir fiche formation 👉 « Fresque de la Publicité »
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.