



**MEDIA
INSTITUTE**
en partenariat avec



union
des
marques



Programme

Introduction et positionnement initial

1. Élaborer son message et sa création (e-learning)

- Encadrement légal et autorégulation
- Qu'est-ce qu'un message responsable ?
- Communication publicitaire numérique et influence responsable
- Analyse de plaintes réelles, bonnes pratiques et cadres réglementaires

Atelier question pour une régulation

2. Le monde face aux grands enjeux sociaux & environnementaux

- Idéation autour de la com' responsable
 - Un monde en crise(s) systémique(s)
 - La réaction des parties prenantes
 - Vers de nouvelles formes de business model
 - Un consommateur difficile à capter
- Atelier** réflexion sur les nouveaux business model des marques

3. Les composantes de la communication responsable

- Les controverses adressées au secteur de la communication
 - La communication au service d'une transformation positive
 - Qu'est-ce qu'une communication responsable ?
- Atelier** Etudes de cas : message responsable ou non ?
- Se prémunir contre le greenwashing

4. Eco-socio-conception et diffusion : produire ses supports et les diffuser de manière responsable

- Eco-socio-conception : bonnes pratiques
- Intégrer les enjeux d'accessibilité
- Mesurer l'empreinte carbone de ses campagnes
- L'éco-socio-diffusion : media et influence

DURÉE

2 jours / 14 heures + 1h30 en e-learning + 1h maximum d'examen final en ligne - 9h30 / 17h45

TARIF

2 390 euros HT

INTERVENANTS

Julie JOSEPH (ARPP), Responsable déontologie
Florent SAULI (ARPP), Juriste conseil
Valérie RICHARD (BETC/AACC), Responsable RSE
Muriel HAYAT, Directrice Adj. RSE - Publicis
Sophie ROOSEN, Directrice RSE, Union des Marques
Matthieu RAIFFE, Formateur stratégie digitale

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

responsable

- Zoom sur le programme FAIRe de l'UDM

Atelier construction d'une « campagne pas du tout responsable »

5. L'activation média digitale responsable

- Positionnons le sujet de la pub digitale
- Les activations online et leurs impacts
- L'impact carbone des campagnes publicitaires digitales
- Le cas spécifique du programmatique
- Diffuser mieux, diffuser moins
- Vers un usage responsable de l'IA

Ateliers de fin de parcours

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Un certificat préparé en 2 jours pour s'engager dans une démarche de communication à la fois éthique, responsable et respectueuse du consommateur et pour accompagner la mise en place des contrats climat.

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser et prendre en compte les enjeux d'une communication responsable
- Maîtriser les règles légales et le cadre d'autorégulation publicitaire
- Appliquer à toutes les étapes de la conception d'une publicité les bonnes pratiques d'une communication durable et éthique

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tout public concerné par la communication

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz, Certification

sur place ou à distance



Photo par Tiago Felipe Ferreira sur Unsplash