



FORMATION INITIALE FRESQUE DE LA PUBLICITÉ

Réf : FDPUB INIT

01/11/2024



Public Cible : Tout collaborateur

Prérequis : Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.

Durée : 3h30

Distanciel

Présentiel

Hybride

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES ET OPÉRATIONNELS

- Identifier l'ensemble des impacts liés à l'ensemble des supports liés au secteur de la publicité (TV, radio, web, influenceurs, presse, événementiel, PLV...).
- Sensibiliser aux impacts environnementaux de la Publicité.
- Identifier les impacts environnementaux et sociaux tout au long de la chaîne de valeur du secteur publicitaire.
- Encourager une réflexion critique sur les pratiques actuelles.
- Comprendre collectivement les enjeux d'une publicité responsable.
- Favoriser la compréhension des leviers d'action pour une publicité plus responsable.
- Avoir les bons réflexes pour concevoir des publicités responsables.
- Motiver les participants à s'engager dans des actions concrètes pour la transition écologique de la filière de la publicité.

RYTHME ET PROGRAMME DE LA FORMATION

Introduction : Présentation du sujet, des auteurs, de la formation et des règles du jeu (10')

Phase de réflexion et d'apprentissage : Réalisation de la Fresque de la Publicité (1h10)

- Reconstituer la chaîne de valeur de création d'une campagne de publicité et le cycle de vie d'un produit.
- Dresser un constat autour des impacts environnementaux et sociaux d'une publicité tout au long de la chaîne de valeur de l'écosystème publicitaire.
- Saisir l'ensemble des enjeux, des interdépendances et des dérives qui peuvent se nouer dans ce secteur transversal et ses multiples parties prenantes.
- Comprendre les risques et les pressions qui pèsent sur le secteur de la publicité, sur les entreprises.
- Présentation des principaux déclencheurs et piliers de transformation.

Les participants « reconstituent » la Fresque de la Publicité à l'aide de 43 cartes divisées en 5 lots qui sont distribués par vague par le formateur/la formatrice pour permettre au groupe d'intégrer progressivement les différents apprentissages.

Les participants doivent trouver les liens, notamment de cause à effet, avec les cartes précédentes. Par une réflexion commune, les participants prennent conscience des mécanismes à l'œuvre au sein de la chaîne de valeur du secteur publicitaire.

En retraçant les liens d'interactions de la chaîne de valeur de la publicité, les participantes peuvent véritablement effectuer un pas de côté vis-à-vis de leur quotidien, afin d'aborder les enjeux climatiques associés à leurs métiers dans toute leur globalité, leur complexité et la systémie à l'œuvre.

Phase de restitution partage et ancrage des connaissances (10')

Un participant ou une équipe présente les points-clés / la carte qui a retenu leur attention, en s'appuyant sur la Fresque de la Publicité fraîchement réalisée. Celle-ci peut d'ailleurs rester affichée dans les locaux de la formation et constituer un panneau pédagogique. A défaut, le formateur/la formatrice fait une correction orale de la Fresque ou apporte des compléments d'informations.

Phase de débrief : retours, discussions, partage de solutions (2h)

Après avoir pris pleinement connaissance et conscience du problème, c'est le moment de réfléchir aux actions individuelles et collectives en lien avec les activités professionnelles des participants.

L'atelier invite les participantes à réfléchir ensemble aux leviers d'actions et étapes dans la création d'une annonce publicitaire responsable en se positionnant sur des axes clés de transformation.

L'activité a pour objectif d'aborder les freins potentiels rencontrés par les professionnelles de la publicité dans leur transition vers un modèle responsable et de les dépasser grâce aux expériences et connaissances de chacune.

*** Temps 1 : Atelier**

Identifier et positionner sur la Fresque des leviers de transition pour chaque acteur et déterminer le niveau d'impact et de difficulté.

**** Temps 2 : Débrief et partage des solutions**

Partage des leviers identifiés et échange guidé par le formateur/la formatrice sur les solutions possibles pour chacun des acteurs du secteur.

Durée totale : 3h30

ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

- Inspirée de la Fresque du Climat, la Fresque de la Publicité a été créée par Youmatter, Mathieu Jahnich et TF1 Pub.
- La formation est organisée sur la base d'une pédagogie participative qui mobilise l'intelligence collective et la créativité des participants, et permet d'acquérir une bonne compréhension de ce que recouvre la biodiversité, les causes et les conséquences de cette érosion sur la vie sur Terre.
- La Fresque de la Publicité oblige chaque personne à se mettre dans une posture d'action et d'innovation, dans un moment collectif et de partage, et donne des leviers-clés à cette fin.
- Les sujets qui constituent l'objet de la formation sont abordés par la manipulation de cartes descriptives réparties en 5 lots permettant une progression dans la réflexion et l'apprentissage.
- Ce mode d'enseignement permet de répondre aux 3 profils d'apprentissage auditifs, visuels et kinesthésiques pour assurer la transmission et l'appropriation de sujets complexes.

STRATÉGIES D'ÉVALUATION

L'évaluation des acquis est réalisée par le formateur/la formatrice au fil de la formation. Le formateur/la formatrice remplit une fiche d'acquisition de compétences sous forme d'une grille avec, en abscisse, la liste des compétences évaluées et en ordonnée, le nom de chaque stagiaire.

Évaluation de la satisfaction des apprenants, du payeur et du commanditaire de l'action.