

adcc

# Catalogue de formations

2025

# sommaire

Introduction

01 Formations liées à l'IAG

02 Formations liées à la RSE

03 Formations liées aux métiers & spécialités :  
Direction/ conseil / tous publics

# Introduction

**Découvrez un aperçu des formations du catalogue AACC 2025, spécialement conçu pour répondre aux enjeux stratégiques du secteur.**

Élaborée à partir de vos retours, des suggestions que vous nous avez partagées et de nos échanges avec le réseau, cette sélection de formations est proposée en format inter-entreprises. Sur demande, elles peuvent également être adaptées à vos besoins spécifiques en intra-entreprise.

Pour mieux refléter vos priorités, n'hésitez pas à nous faire part de vos intérêts et besoins. Nous pourrions ainsi étudier l'intégration de nouvelles offres dans le catalogue.

**⚠** Les sessions seront organisées sous réserve d'un nombre minimum de participants.

01

*Intelligence Artificielle Générative*

Un programme de formations flexible et sur-mesure

# 01 1. Les fondamentaux de l'IA

**Dates de formation : mercredi 12, mercredi 19 et vendredi 21 février 2025 (présentiel) – mercredi 19, jeudi 20 et mercredi 26 mars 2025 (distanciel)**

**L'IAG appliquée aux métiers Conseil et Création.**

**Formateur Oreegami** Florian Pittion Rossillion, Consultant marketing – stratégies d'innovation – leadership opérationnel et Nicolas “Nitch” Hiltgen aka Mister Nitch, Directeur artistique - Motion designer freelance - AI-Enhanced visual artist.

**Public visé** Tous publics : dirigeant·e·s et collaborateur·ric·e·s. Tous profils : débutants à confirmés.

**Format et contenu** Cycle 2 jours – 14 heures combinables ou dissociables / Inter-entreprises / 8 personnes minimum par journée de formation

- **Tronc commun** connaître les principes de base et les cas d'utilisation, utiliser les outils, comprendre le contexte juridique, démarrer une veille technologique.
- **Jour 2 Conseil** maîtriser l'IA pour le traitement de documents, gérer des situations critiques.
- **Jour 2 Création** utiliser l'IA en phase d'idéation, maîtriser la génération d'images (prompting avancé)

# 01 2. Devenir formateur interne en IAG

**Dates pressenties : avril 2025**

**Devenir formateur occasionnel au sein de son agence et développer ses compétences en transmission des savoirs sur l'IAG.**

**Formateur Sélection en cours**

**Public visé** Les poissons-pilotes (futurs relais actifs au sein de leurs agences), profils *geeks* et curieux identifiés.

**Format et contenu** 1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 8 personnes minimum

- Situer les activités d'un formateur interne.
- Préparer et animer des actions de formation.
- Accompagner et évaluer les apprenants.

# 01 3. Intégrer l'IA au cœur de sa stratégie

**Dates pressenties : avril/mai 2025**

**Accompagner les dirigeants dans le changement stratégique (approche transformationnelle plutôt que culture générale).**

**Organisme de formation École Polytechnique Executive Education Arnaud PARENT et Emmanuel BACRY et Matrice Enora GOULARD, Baptiste AVRIL, François-Xavier PETIT**

**Public visé** Dirigeant·e·s d'agence.

**Format et contenu** 1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 10 personnes minimum

- Comprendre la rupture technologique amenée par l'IA.
- Évaluer les enjeux stratégiques pour le secteur et son agence.
- Savoir piloter la gestion du changement.
- Définir les cas d'usages (méthodes, outils, ateliers).

# 02

## *RSE*

Un programme de formations pour renforcer  
l'impact du secteur



## 02 1. Éco-socio conception & éco-socio production

L'industrie audiovisuelle, qui contribue à la crise écologique, est impactée par la réglementation et les conséquences économiques de celle-ci. Tous les métiers de la production sont concernés.

Formateur Ecoprod l'association référente dédiée à l'éco-production audiovisuelle.

**Date de formation vendredi 7 mars 2025**

1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 6 personnes minimum

**Module n°1 - Éco-socio production - sensibilisation** Une journée pour acquérir les fondamentaux, avoir une compréhension juste des enjeux et être en mesure d'identifier les solutions éco-responsables.

**Public visé** Fonctions commerciales, créatives et chargées de production. Profils : débutants à confirmés.

**Dates de formation jeudi 27 et vendredi 28 février 2025**

Cycle 2 jours - 14 heures / Inter-entreprises / 5 personnes minimum

**Module n°2 - Éco-socio conception & éco-socio production** Deux journées très opérationnelles pour maîtriser la mise en place d'une stratégie d'éco-production et apprendre à réduire concrètement l'impact environnemental d'une production, de la conception à la post-production (outil Carbon'Clap, Label EcoProd).

**Public visé** Fonctions commerciales et direction de production. Profils : experts.

## 02 2. Diversité et inclusion dans les briefs

**Comment éviter le backlash ?**

**Date de formation vendredi 14 mars 2025**

**Formatrice** Alicia Birr, fondatrice de re·wor·l·ding, média et organisme de formation sur la communication inclusive. Ex-Google.

**Public visé** : Métiers conseil et création.

**Format et contenu** 1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 8 personnes minimum

Une journée de réflexion et d'exercices pratiques pour identifier les pièges à éviter, créer des automatismes vertueux et maximiser l'impact des messages.

- Définir les concepts-clés de la Diversité, Équité, Inclusion appliqués aux enjeux de communication.
- Mesurer l'impact des choix créatifs visuels et rédactionnels sur les audiences et la marque.
- Savoir questionner le brief pour faire correspondre valeurs de marques et attentes de l'annonceur.
- Identifier les "fausses bonnes idées" par l'étude de cas pratiques.
- Mettre en œuvre des boucles de feedback inclusif.
- Pitcher la diversité et l'inclusion pour créer l'adhésion.

## 02 3. La communication responsable, l'enjeu du brief

Le greenwashing, le comprendre pour l'éviter.

Date de formation jeudi 27 mars 2025

Formatrice Louise Tanghe-Bourgeois

**Public visé** Fonctions commerciales, stratégiques, créatives. Tou·te·s collaborateur·rice·s ayant à travailler avec/sur/pour un brief et prêt·e·s à faire évoluer la pratique de leur métier, à utiliser le pouvoir d'influence de leurs productions et à participer activement à l'accélération des changements d'imaginaires et des modes de vie.

**Format et contenu** 1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 6 personnes minimum

Nos modes de vie consuméristes sont remis en cause (sur-consommation, émissions de gaz à effet de serre, dépassement des limites planétaires). Alors à qui la faute, la pub ou le produit ?

- (Re)connaître les enjeux de la transition écologique liés à son métier.
- Faire le point sur les enjeux et risques.
- Acquérir de nouveaux réflexes.

## 02 4. RSE Agences Actives, comment faire pour être labellisé ?

**Devenir une agence RSE agences actives pour s'engager à travers la labellisation.**

**Dates et périodes pressenties : jeudi 3 juillet 2025 et une session en décembre 2025.**

**Formatrice** Louise Tanghe-Bourgeois, Conseil et Formation pour une Transition Durable : RSE-Carbone / Marketing Durable et Communication Responsable

**Public visé** Dirigeant, Manager, Responsable de la RSE et/ou du développement.

**Format et contenu** 1 jour - 7h / Inter-entreprises / 6 personnes minimum / Présentiel ou distanciel

- (Re)connaître les enjeux de la transition écologique liés à son activité
- Obtenir une vision d'ensemble de la pertinence de la labellisation,
- Faire le point sur les enjeux, les risques, et les leviers d'actions par pilier.

## 02 5. Communication inclusive et création

**Explorer les dynamiques de Pouvoir et de Genre pour produire un contenu impactant et conscient.**

**Période pressentie : 2<sup>e</sup> trimestre 2025**

**Formatrice** Anne Ricaud Scénariste, dramaturge et metteuse en scène depuis 20 ans, elle écrit pour le théâtre, la télévision et le cinéma.

**Public visé** Tou·te·s collaborateur·rice·s amené·e·s à écrire, particulièrement les fonctions créatives : conception-rédaction, community management, planning stratégique.

**Contenu** 1 jour - 7h / Inter-entreprises

Comprendre les dynamiques de pouvoir et de genre / Analyser l'impact de ces dynamiques sur la création de contenu / Identifier et reconnaître ses propres biais inconscients liés aux dynamiques de pouvoir et de genre / Mettre en place des stratégies pour atténuer l'influence des biais personnels dans la création de contenu / Acquérir les compétences nécessaires pour aligner les contenus avec les valeurs de votre entreprise et de vos clients / Développer une approche de création de contenu plus responsable et consciente.

## 02 6. Harcèlements moral et sexuel

Repérer, prévenir, agir.

Période pressentie : 3<sup>e</sup> trimestre 2025

**Formatrice** Julie PEIGNÉ | ÉQUILIBRES | Consultante confirmée. Juriste en droit pénal.

Une double expertise : l'égalité au travail et les risques psychosociaux.

**Module n°1 référent employeur et CSE, membres CSE.** 1 jour - 7h / Inter-entreprises / 7 personnes minimum  
Comment bien préparer votre référent·e à l'exercice de ses fonctions ? Obligations légales | Depuis le 1er janvier 2019, toute entreprise d'au moins 11 salarié·es doit avoir parmi les membres de son CSE un·e référent·e chargé·e d'orienter, informer et accompagner les salarié·es en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes.

**Module n°2 ensemble des collaborateurs.** 1/2 jour - 4h / Inter-entreprises / 6 personnes minimum  
De quoi parle-t-on ? Mieux identifier les situations et les mécanismes du sexisme dans les comportements et les discours. Comprendre son rôle, ses responsabilités et ses limites. Disposer des clefs et des outils pour pratiquer efficacement son rôle et d'engager l'action.

**Module n°3 DGs et managers.** 1/2 jour - 4h / Inter-entreprises / 6 personnes minimum  
De quoi parle-t-on ? Connaître le cadre légal Comment réagir individuellement et agir collectivement ?  
DGs et/ou Managers : comment (ré)agir ?

## 02 7. Relation marque-influenceur : bonnes pratiques

**Bien connaître les enjeux, les risques, les obligations pour identifier les responsabilités de chacune des parties prenantes et pour se doter des bons réflexes pour les encadrer.**

**Période pressentie : 3<sup>e</sup> trimestre 2025**

**Formateur Cabinet TAoMA Partners - Me Alain Hazan avocat à la cour  
et ARPP - Mohamed Mansouri, directeur délégué**

**Public visé** Opérationnels des agences en charge de la relation avec les influenceurs (membres de l'AACC et du SCRP).

**Contenu** La relation contractuelle entre l'agence, l'annonceur et l'influenceur. Le statut juridique de l'influenceur  
Transparence des partenariats. Règles à respecter quand l'influenceur parle d'environnement, de santé, de produits cosmétiques, de produits alimentaires, de jeux d'argent...  
Les grands principes éthiques qui encadrent le marketing d'influence.

## 02 8. La communication NonViolente

**Booster la coopération en équipe avec la CNV, une journée d'initiation à la communication NonViolente.**

**Période pressentie : 3<sup>e</sup> trimestre 2025**

**Formatrice** Emilie Chapuis certifiée du CNVC® Première vie pro comme journaliste puis planner stratégique en agence de Design Management et innovation.

**Contenu** La formation a pour objectif de faire découvrir un mode de communication constructif, basé sur la conscience des besoins, qui favorise la collaboration et adapté aux environnements de travail des participants.

- Prendre conscience de son pouvoir d'agir dans toute situation révélée par la « conscience des besoins humains ».
- Sentir la puissance d'une écoute empathique versus d'autres habitudes d'écoute.
- Mesurer la différence d'impact entre les expressions passive, agressive et assertive et s'entraîner à l'assertivité bienveillante.



# 05

## *Métiers et spécialités*

Une offre élargie pour s'adapter aux besoins des agences.

## 03 1. Négociations complexes

**Maîtriser les techniques et méthodes des négociateurs professionnels est désormais un avantage stratégique notamment lors de négociations sociales et/ou commerciales à fort enjeu.**

**Date de formation : vendredi 21 mars 2025**

**Formateur Laurent COMBALBERT** Expert international en Négociation complexe. Ex-Négociateur du RAID, diplômé du FBI.

**Public visé** Dirigeants d'agences. Présidents et directeurs généraux. RH

**Format** 1 jour - 7h / Inter-entreprises / 12 personnes minimum / Présentiel

**Contenu** Les 8 étapes clés de la négociation avec le référentiel des négociateurs de crise HERMIONE© (gérer la haute intensité, définir l'Enjeu, identifier le Rapport de force, établir son Mandat, définir les Intérêts adverses, verbaliser l'Objectif Commun Partagé, engager une Négociation éthique sur un accord, obtenir l'Engagement)

## 03 2. Le business développement

**Piloter et construire un développement commercial efficace**

**Date de formation : mercredi 26 mars 2025**

**Formateur Amélie MAUREL** | Gérante de la société Sandler Training France, franchise américaine leader mondial du conseil et de la formation commerciale.

**Public visé** Dirigeants d'agences Directeurs commerciaux Business developer Commerciaux.  
Toutes personnes en charge du développement commercial au sein de l'agence.

**Format** 1 jour - 7h / Inter-entreprises / 8 personnes minimum / Présentiel, distanciel, hybride

**Contenu** Construire son plan de prospection pour obtenir une croissance constante et avoir une visibilité à long terme. Établir un processus commercial permettant de garder le contrôle de la relation client, de qualifier les opportunités, d'augmenter son taux de conversion et ses marges. Mise en place d'outils pratiques de suivis.

## 03 3. Mediatraining

**Une formation pour faire passer efficacement ses messages.**

**Date de formation : 28 mars 2025**

**Formateur Emmanuel OSTIAN, journaliste présentateur, producteur**

**Public visé** Dirigeants d'agences. Présidents et directeurs généraux. **Prérequis** : Être amené à s'exprimer et à intervenir dans un média.

**Format** Inter-entreprises / 2 personnes / Présentiel

**Contenu** Préparer une intervention de 3 minutes / Préparer et délivrer un message efficace / Incarner son message.

## 4. Management intergénérationnel

**Découvrir les attentes des différentes générations au travail, adapter son comportement et co-construire des solutions pour travailler ensemble**

**Date pressentie : avril 2025**

**Formatrice Media Institute avec Marie Hannebelle**

**Format et contenu 1 jour - 7h / Inter-entreprises / 6 personnes minimum**

- Comprendre les différences de valeurs, de motivations et de comportements entre les générations.
- Adapter son style de communication aux besoins et aux attentes des collaborateurs de tous âges.
- Créer un environnement de travail positif et inclusif pour tous les collaborateurs.

## 03 5. Cycle négociation financière

**Construire, assumer et défendre ses propositions budgétaires pour valoriser le travail de l'Agence.**

**Dates pressenties : juin 2025 et septembre 2025**

**Formateur Johnston & Johnston avec Éléonore MABILLE, formatrice et consultante spécialisée en Relation Clients et Négociations Financière.**

**Public visé** Dirigeant / Manager / Collaborateur qui construit, présente et négocie ses propositions budgétaires. **Prérequis** : il est nécessaire d'être impliqué sur la partie financière de son projet.

**Format** 2 jours - 14 heures / Inter-entreprises / 7 personnes minimum / Présentiel et distanciel-séquentiel

**Contenu** Construire son plan de prospection pour obtenir une croissance constante et avoir une visibilité à long terme. Établir un processus commercial permettant de garder le contrôle de la relation client, de qualifier les opportunités, d'augmenter son taux de conversion et ses marges. Mise en place d'outils pratiques de suivis.

## 03 6. Cycle storytelling

**Structurer, construire et rédiger sa recommandation**

**Dates pressenties : mars, juin et septembre 2025**

**Formatrice Johnston & Johnston avec Karen Derrida, fondatrice de True-Stories, ex-Directrice du planning Stratégique de JWT.**

**Public visé** Tout public amené à concevoir des briefs créa à destination des créatifs.

**Format** 2 jours - 14 heures / Inter-entreprises / 8 personnes / Présentiel et distanciel-séquentiel

### **Contenu**

Concevoir une présentation autour d'un message ou d'une idée pour assurer clarté et impact en présentiel ou à distance / Présenter une idée de façon synthétique, impactante et mémorisable à l'oral en 3 minutes / Concevoir un fil rouge narratif d'une vingtaine de slides intégrant toutes les séquences d'une présentation écrite impactante / Adapter sa présentation à son audience.

## 03 7. Du brief client au brief créa

**La clé de la stratégie et de l'inspiration créative. Une formation d'une journée pour comprendre les fondamentaux et acquérir les techniques de conception d'un brief créatif performant.**

**Période pressentie 2<sup>e</sup> trimestre 2025**

**Formatrice Karen Derrida**

**Public visé** Formation destinée à tout commercial, planneur stratégique, consultant/expert amené à concevoir des briefs créa à destination des créatifs

**Public visé** Formation destinée à tout commercial, planneur stratégique, consultant/expert amené à concevoir des briefs créa à destination des créatifs

**Format** 1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 8 personnes / Présentiel

**Contenu** Connaître les impératifs d'un bon brief / Sélectionner et enrichir es éléments du brief client à communiquer aux créatifs / Oser choisir un angle d'attaque.



## 03 8. Stratégie des marques

**Sortir des campagnes "one shot" pour des clients acquis ou prospects et entrer dans un accompagnement au long court plus stratégique.**

**Période pressentie 2<sup>e</sup> trimestre 2025**

**Formateur Media Institute avec Jérôme WELKER, expert en stratégie des marques de communication et d'activation.**

**Public visé** Tout public.

**Format** 1 jour - 7 heures / Inter-entreprises / 6 personnes minimum / Présentiel

**Contenu** Auditer la marque. Créer l'identité. Concevoir et piloter la stratégie de communication. fondation de marque au prisme d'identité à la charte graphique et éditoriale, outil PESTEL + les7P + les 4P des réseaux sociaux, benchmark concurrent, compréhension des cibles, vérité consommateur, l'interne et de la RSE, Le fond : la big idea, La forme : les idées de communication, brief, insight-promesse-bénéfice, plan de communication annuel.

merceci