

COMMUNIQUE DE PRESSE DU 6 OCTOBRE 2023

Le CFP-E publie de nouvelles ressources pour améliorer et encadrer les conditions de production des films publicitaires en Europe

La CFP-E est une fédération européenne de producteurs de films publicitaires. Les membres sont les syndicats et associations représentant les producteurs de films publicitaires dans 22 pays européens.

Actuellement, il existe des normes incohérentes et dangereuses à travers l'Europe entre les annonceurs, les agences et les sociétés de production et l'objectif du CFP-E est d'éradiquer les mauvaises pratiques en promouvant la transparence, la communication et les meilleures pratiques afin d'améliorer les normes, les contrats et la législation relatifs à la production dans notre secteur.

La fédération est fière d'annoncer le lancement d'une page **ressources** présente sur le site du CFP-E, visant à renforcer ces meilleures pratiques dans la production de films publicitaires.

Les ressources désormais disponibles dans plusieurs langues sont d'une part [LES PRINCIPES UNIVERSELS D'ENGAGEMENT](#) et d'autre part [LA LETTRE DE BRIEF EUROPÉENNE](#).

Les principes universels d'engagement, développés en partenariat avec l'UPC (Union des producteurs de cinéma et de contenus publicitaires), l'APA (Advertising Producers Association au Royaume-Uni) et l'AICP (Association of Independent Commercial Producers aux États-Unis) en coordination avec les autres pays européens membres du CFP-e et approuvés dans le monde entier, constituent un cadre commercial clair et équitable composé de 12 principes fondamentaux tels que :

- la prise en compte précise des objectifs du client
- l'encadrement et la transparence des appels d'offres
- les conditions et délais de paiement
- les dispositions relatives aux annulations
- les objectifs concernant la diversité et l'écoresponsabilité

La lettre de brief du CFP-E, [adaptée de la lettre de brief française négociée en 2020 entre l'UPC \(ex APFP\), l'AACC et l'UDM](#), apporte de la transparence au processus d'appel d'offres en décrivant clairement toutes les exigences et les détails du travail pour lequel vous proposez. Lorsqu'il est utilisé, il permet aux sociétés de production, aux agences et aux annonceurs d'économiser du temps, de l'argent et des ressources.

La création de ces ressources créera une approche unifiée de la production de films pub au niveau international.

Pour accéder à ces ressources, visitez la page des ressources CFP-E sur ce lien : [documents ressource CFP-E](#)

Le collège publicitaire de l'UPC encourage tous les professionnels de l'industrie à explorer ces ressources et à les exploiter pour améliorer la qualité de la production de films publicitaires en Europe.