

FORMATS	COMMENTAIRES			CONTENU
IDENTITE				
Logo, Typo, Graphisme, Codes couleurs	Codes de déontologie: "expression décente et empreinte de retenue"			Descriptif et informatif des services, qualifications, correspondants, réseau...
Papeterie				
SIGNALETIQUE				
Plaques, enseignes, panneaux indicateurs	Conformes à l'identité Codes de déontologie: "expression décente et empreinte de retenue"			Descriptif et informatif
Annuaire Grand Public				
OUTILS DE PRESENTATION				
Plaquettes, fiches produit	Diffusion à partir d'une démarche volontaire du contact: Mise à disposition libre, ou diffusion sur fichiers constitués en propre.			Données objectives, justifiées et vérifiables (Code CCI-BVP) Présentation de services sans mention de services chiffrés, et sans proposition explicite de services, gracieux ou payants (tests, estimations, propositions de rendez vous...)
Site Web	Adresse conforme au nom et à l'identité du Cabinet Présentation des activités du Cabinet. Constitution de fichiers propres, sur inscription volontaire des visiteurs.			
Annuaire professionnels en ligne	Lien vers site du Cabinet, ou espace de présentation			
Newsletter (papier ou électronique)	Diffusion sur fichiers constitués en propre			Evénements concrets de la vie du cabinet, commentaires de l'actualité et de l'environnement professionnels
Présentation de barèmes d'intervention, ou de grille tarifaire	Code de déontologie: loyauté envers les autres membres de la profession, dignité de la fonction			Dans le strict respect de l'interdiction de démarchage

Avant d'entreprendre toute action de communication, le professionnel doit s'assurer qu'il ne contrevient pas aux autres dispositions générales du Code de déontologie (comportement, confraternité...)

Codes couleurs utilisés dans les colonnes:

Vert: outils autorisés

Orange: outils déconseillés

Rouge: outils interdits

FORMATS	COMMENTAIRES				CONTENU
MEDIA					
Presse, radio, TV, (formats classiques)					Données objectives, justifiées et vérifiables (Code CCI-BVP) Présentation de services sans mention de services chiffrés, et sans proposition explicite de services , gracieux ou payants (tests, estimations, propositions de rendez vous...)
Publi-rédactionnels	Identifiables en tant que publicité,selon règles des supports				
Campagnes de recrutement	Presse ou internet				
Sponsoring media (émission, événement)	Seule mention autorisée: définition du métier: Expert-comptable, ou Commissaire aux Comptes				
Affichage ciblé	Parkings, aéroports, gares, trains, centres d'activité, formats 120x160 et inférieurs...				
Affichage extérieur: panneaux ou réseaux 4x3	Codes de déontologie: "des moyens...mis en œuvre avec discrétion"				
Internet: formats classiques	Tous les formats sur lesquels l'internaute doit cliquer si le contenu l'intéresse: Bannières classiques, boutons, liens sponsorisés				
Internet: formats intrusifs	Tous les formats que l'internaute doit fermer pour accéder librement au contenu du site qu'il visite (Pop Up, éléments flottants, out of the box...)				
Cartes T	Tous supports y compris annonces presse Relève de l'incitation				
Bons à découper	A n'utiliser qu'à des fins d'organisation de réunions techniques				
PUBLICITE DIRECTE					
Démarchage direct ou indirect	Téléphonique, courrier, mail, bus-mailings				Démarche de recrutement de clientèle, proposition concrète de services commerciaux

Avant d'entreprendre toute action de communication, le professionnel doit s'assurer qu'il ne contrevient pas aux autres dispositions générales du Code de déontologie (comportement, confraternité...)

Codes couleurs utilisés dans les colonnes:

Vert: outils autorisés

Orange: outils déconseillés

Rouge: outils interdits

FORMATS	COMMENTAIRES		CONTENU
RELATIONS PRESSE - RELATIONS PUBLIQUES			
Communiqués de presse	Prise de parole sur le Cabinet ou son environnement Seuls sont autorisés le nom, les coordonnées et une présentation contextuelle du cabinet		Evénements concrets de la vie du cabinet, avec données objectives et vérifiables. Commentaires de l'actualité et de l'environnement professionnels, à l'exclusion de toute communication relevant de l'Institution
Articles , tribunes, interviews...	Seuls sont autorisés le nom, les coordonnées et une présentation contextuelle du cabinet		Professionnel ou technique
Ouvrage , Enseignement			
Animation de séminaires, participation à des colloques	Au titre d'intervenant technique, sur invitations effectuées par chaque partie, en son nom et sur ses fichiers propres		Professionnel ou technique
Organisation de colloques ou de séminaires techniques	Invitations sur fichiers constitués en propre. Médiatisation possible de l'opération (médias ou communiqués de presse)		Selon définition des outils de signalétique et d'information
Salons professionnels			
Actions événementielles, mécénat, parrainage			
Parrainage par un client ou partenariat avec un client	Codes de déontologie: indépendance des Cabinets		Prescription de clientèle
Partenariat	Utilisation des fichiers d'une entreprise partenaire, avec sa caution, même avec son accord		Prescription de clientèle
Publication d'enquêtes, sondages réalisés par un Institut d'études, sur ses fichiers disponibles	Destinées à alimenter le discours du Cabinet dans la presse ou dans ses outils de présentation		D'intérêt général, sans visée comparative ni testimoniale
Publication d'enquêtes, sondages réalisés en interne	Sur cible clients et prospects, fichiers constitués en propre		D'intérêt général, sans visée comparative ni testimoniale (codes de déontologie: indépendance des Cabinets)

Avant d'entreprendre toute action de communication, le professionnel doit s'assurer qu'il ne contrevient pas aux autres dispositions générales du Code de déontologie (comportement, confraternité...)

Codes couleurs utilisés dans les colonnes:

Vert: outils autorisés

Orange: outils déconseillés

Rouge: outils interdits