

DOSSIER DE DEMANDE D'AGREMENT POUR L'EXERCICE DE LA PROFESSION D'AGENCE-CONSEIL EN MARKETING DIRECT ET PROMOTION DES VENTES :

1. Une demande d'accréditation adressée au Président de l'organe en charge de la communication publicitaire ;
2. Les statuts de la société (Confère la mention obligatoire) ;
3. Le registre de commerce ;
4. L'attestation de régularité de situation fiscale pour les entreprises non exonérées ou la Déclaration Fiscale d'Existence (**DFE**) pour les entreprises créées dans l'année en cours ;
5. Le journal d'annonces légales ou Journal Officiel de publication ou l'avis de constitution de la société (CEPICI) ;
6. Le curriculum-vitae du Directeur Général ;
7. La copie légalisée du diplôme :

BAC+4/5 dans les filières des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication, du Marketing, du Commerce, du Management, des Arts Graphiques, des Sciences Economiques et de Gestion ;

8. Le (s) certificat(s) de travail répondant aux critères suivants :
Deux (02) ans d'expérience professionnelle minimum (stage compris) dans des sociétés de publicité, soit hors du territoire national, soit de Droit ivoirien agréées par le C.S.P ou chez l'annonceur, à l'un de ces différents postes :
 - Directeur Marketing et ou Commercial ;
 - Directeur des Opérations ou Directeur d'Exploitation ;
 - Directeur de la Production et de la Distribution ;
 - Directeur d'Agence-conseil.
9. L'extrait du casier judiciaire du Directeur Général datant de moins de six (06) mois ;
10. Le reçu de paiement des frais d'agrément.

NB : l'objet social de l'Agence-conseil en Marketing Direct et Promotion des Ventes doit obligatoirement se présenter :

Les activités d'agence-conseil en marketing direct et promotion des ventes se rapportent à

- ▶ **L'analyse spécifique des besoins du client-annonceur ;**
- ▶ **La conceptualisation du conseil en stratégie dans le but de :**
 - Diffuser un message personnalisé et instantané vers une cible d'individus ou entreprises, afin d'obtenir une réaction immédiate et mesurable ;
 - Mettre en place des actions visant à rassurer le consommateur (recruter de nouveaux acheteurs et fidéliser des acheteurs acquis) ;
 - L'élaboration d'un plan opérationnel qui se décline sous la forme de :
 - moyens de communication représentés par le Mailing, le publipostage, le phoning, le télémarketing, le fax mailing, l'e-mailing, les SMS ou les MMS mailing, des spots télévisés qui proposent d'appeler un numéro de téléphone, de coupons de presse à découper et à renvoyer (Marketing Direct) ;
 - techniques de ventes telles que l'Essai gratuit, les Offres financières (prix spécial, vente en lot, quantité en plus, couponing et offre de remboursement), les Offres «dotation » (prime directe, prime de réservation, prime différée, prime Auto-payante, jeu, concours), du Street marketing (Promotion des ventes).
- ▶ **la réalisation et le suivi des actions.**

L'objet social de statuts non conforme doit faire l'objet d'une modification auprès des entités juridiques compétentes en vue de :

- + l'ajout, en activité principale, des mentions susvisées ;**
- + sa suppression et son remplacement par les mentions susvisées.**