



FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

DIST.

Ref. : 8920019

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1845 € HT

Repas inclus

DROIT DE LA PUBLICITÉ ET DE LA PROMOTION DES VENTES

Prévenir les risques légaux

Compte tenu des enjeux notamment en termes d'image et de réputation pour l'entreprise et des risques judiciaires y afférents, la publicité et la promotion des ventes doivent faire l'objet d'une vigilance en amont très strictes pour tenir compte de tous les intérêts en présence. Ce contexte est renforcé par les évolutions législatives et réglementaires en matière de promotion et l'omniprésence du digital dans les différentes approches promotionnelles ou publicitaires.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

22 et 23 mai 2025

- 22/05/2025 09:00 --> 23/05/2025 17:30 à À distance
 - 22/05/2025 09:00 --> 22/05/2025 17:30
 - 23/05/2025 09:00 --> 23/05/2025 17:30

OBJECTIFS

Faire le point sur le droit de la communication publicitaire média et hors média et de la promotion
Identifier et prévenir les risques pour sécuriser la communication
Optimiser les relations avec les prestataires de la communication

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables juridiques et juristes
Responsables publicité et marketing
Toute personne souhaitant maîtriser le cadre légal des opérations publicitaires et promotionnelles dans le respect des dispositions légales et déontologiques

PRÉREQUIS

Être impliqué dans les opérations de promotion des ventes

COMPÉTENCES ACQUISES

Maîtriser les principales règles juridiques relatives à la communication publicitaire et identifier les principaux pièges à éviter

PROGRAMME

Pendant
Droit de la publicité et de la promotion des ventes

Maîtriser le cadre légal de la publicité

Respecter les obligations

- Identifier les pratiques commerciales déloyales, trompeuses et agressives



Étude de cas : analyse des pratiques et présentations publicitaires pénalement sanctionnées par la jurisprudence

- Faire le point sur les produits réglementés " secteurs spéciaux " : alcool, tabac...
- Cerner les nouvelles obligations d'identification de l'annonceur
- Communiquer sur les prix
- Respecter l'obligation d'emploi de la langue française

Cerner l'organisation et le fonctionnement des instances déontologiques

- Se défendre devant le jury de déontologie publicitaire de l'ARPP

Étude de cas : analyse de recommandations et de décisions de l'ARPP

Anticiper les risques liés à la publicité comparative

Étude de cas : analyse de publicités comparatives

Communication sur internet : mesurer les possibilités et les modalités pratiques

- Optimiser la conception des bannières et " pop up " dans le respect de la réglementation
 - Identification publicité/organisation des mentions et renvois (étude des règles déontologiques : recommandations ARPP, mentions, renvois et autres spécifications...)
 - Mesurer les contraintes du e-mailing : collecter et exploiter les adresses e-mail
- Exercice d'application : mise en œuvre d'un e-mailing avec offre de parrainage

Optimiser les opérations de marketing et de e-marketing

Cerner le cadre juridique des outils de marketing en tenant compte des dernières évolutions légales

- Les loteries et concours
 - Les ventes avec primes, les offres de réductions de prix et le parrainage
- Exercice d'application : conception d'une opération promotionnelle

Concevoir des loteries et des concours

- Respecter les contraintes d'organisation et de présentation
- Identifier les possibilités offertes par la réforme du droit de la promotion : loterie avec obligation d'achat, prime de valeur...

Exercice d'application : rédaction d'un extrait de règlement de loterie

Sécuriser les relations avec les prestataires

Maîtriser les relations avec les agences de communication, de marketing services et les agences Web

Exercice d'application : cession des droits d'auteur et droits des tiers

Gérer les relations avec les prestataires d'achat d'espace : régie/agence média

Gérer la fin des relations : mettre en place le préavis et définir le comportement à adopter pendant ce préavis

Exercice d'application : choix du statut entre mandat et maîtrise d'œuvre pour les opérations hors média

Identifier et sécuriser les droits des tiers

Discerner droits d'auteur, droits sur les marques, droits de la personnalité et droits à l'image

Exercice d'application : identification des droits des tiers sur des publicités diffusées

Sécuriser les droits des tiers

Exercice d'application : rédaction d'une autorisation d'utilisation de droit à l'image

INTERVENANTS

Céline AVIGNON

Avocat à la Cour - Directrice du Département Publicité et Marketing électronique

LEXING ALAIN BENSOUSSAN AVOCATS

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.



Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

