



## Droit du marketing

Ref 8920113

### Droit du marketing

Formations courtes

---

Perfectionnement

2 jours (14 heures)

Paris

---

### **Sécuriser et valoriser ses actions de promotion et de communication**

Créer, développer, valoriser l'image de l'entreprise et l'identité visuelle d'un produit exige de connaître le cadre juridique des éléments constitutifs en vue d'une communication maîtrisée. Les professionnels du marketing doivent donc maîtriser l'ensemble de la réglementation applicable à la protection des éléments d'identification de l'entreprise, à la publicité et à la promotion des ventes pour anticiper les risques et défendre leurs actifs incorporels face à la concurrence.

### Objectifs

Mettre en place une politique de protection adaptée aux actions

Cerner le cadre juridique

Maîtriser les règles applicables à la vente sur internet

### Pour qui ?

Juristes Responsables marketing et leurs collaborateurs Toute personne impliquée dans le cadre juridique des opérations marketing

## Prérequis

Être impliqué dans les opérations de marketing

**Code dokélio : 52185**

### Compétences acquises:

Maîtriser le cadre juridique de ses actions marketing

## Programme

Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances

### Gérer l'image de l'entreprise et/ou d'un produit

#### Identifier les éléments protégeables au sein d'une action de communication

- Dénominations, slogans, signes sonores ou figuratifs
- Apparence de produits, lignes, couleurs, contours, packaging
- Textes, maquettes, photographies, illustrations, créations musicales ou audiovisuelles...
- Noms de domaine, concepts...

Exercice d'application : définition du caractère protégeable ou non d'éléments de communication

#### Faire le point sur les différents systèmes de protection et juger de leur adéquation avec ses objectifs

- La protection des marques : conditions de validité et étendue de la protection
- Le droit d'auteur : identification des œuvres protégeables et étendue de la protection
- Les dessins et modèles : opportunité du cumul de protection
- Le cas particulier des bases de données

Étude de cas : analyse de la protection d'un slogan publicitaire

### **Faire face à la contrefaçon et à la concurrence déloyale**

- Reconnaître les stratégies de communication à risques : contrefaçon, imitation, concurrence déloyale, cybersquatting, référencement sur internet, parasitisme, dénigrement, atteinte à l'image, liberté d'expression...

Étude de cas : analyse de pratiques commerciales trompeuses et de publicité comparative

- Protéger ses marques et son image
- Identifier et évaluer les risques et les chances de succès : identifier et évaluer les droits, gérer la preuve, anticiper la stratégie adverse
- Définir une stratégie adaptée : action contentieuse ou solution négociée

Étude de cas : analyse de publicités sur les moteurs de recherche

### **Assimiler le régime de la promotion des ventes**

#### **Maîtriser le cadre légal des actions promotionnelles**

- Encadrer le déploiement des pratiques promotionnelles : loteries prohibées et loteries publicitaires, jeux et concours, ventes avec primes et cadeaux, réductions de prix et revente à perte, ventes subordonnées
- Reconnaître et détecter les pratiques déloyales
- Mesurer les risques encourus : sanctions pénales et autres sanctions

Exercice d'application : établissement d'un règlement de jeu

#### **Maîtriser le cadre légal des vecteurs de communication électronique**

- Les contraintes juridiques spécifiques au support : prospection par courrier électronique, publicité électronique, site internet, réseaux sociaux, cookies, parrainage...
- La gestion de la protection des données à caractère personnel : les formalités, les droits des personnes et les obligations du responsable du traitement
- Les risques encourus : contrôles de la CNIL et de la DGCCRF

Exercice d'application : déclaration d'un fichier clients / prospects auprès de la CNIL

## **Confier la réalisation et la création d'une campagne de communication à un tiers : le contrat avec une agence**

- Les prestations confiées : achat d'espace, création, impression, normalisation....
- Les obligations et la responsabilité de l'agence
- Les prestations soumises à une réglementation spécifique

Étude de cas : analyse des principales clauses d'un contrat de prestations publicitaires

## **Maîtriser les nouvelles règles applicables à la vente sur internet**

- La structure d'une HomePage type et les mentions légales obligatoires
- Les obligations en matière d'information pré et post-contractuelle
  - L'organisation du canal de commande
- La livraison, les responsabilités, les garanties...

## **Intégrer le droit de rétractation**

- Le domaine d'application
- Le régime juridique et les bonnes pratiques
- Les modalités d'exercice
- Les conditions de remboursement

## **Mesurer les sanctions encourues**

Quiz aval : pour valider les acquis de la formation et formaliser sa progression

**1580€ HT**

## **Prochaines sessions**

### **Paris**

04 et 05 nov. 2019

04-11-2019

05-11-2019

[S'inscrire](#)

[Nous contacter](#)