

Appréhender le cadre juridique du marketing et de la promotion des ventes pour sécuriser les opérations

Code
12437

Durée
1 jour / 7 heures

Tarif Inter*
1236 € HT

PROCHAINES SESSIONS

- **PARIS :**
31 mai. 2024
- **A DISTANCE :**
31 mai. 2024
- **PARIS :**
6 déc. 2024
- **A DISTANCE :**
6 déc. 2024

[Voir toutes les sessions](#)

PUBLIC

Directeurs juridiques – Responsables juridiques – Juristes – Avocats – Responsables commerciaux – Responsables marketing – Toute personne mettant en œuvre, dans le cadre de ses fonctions, des opérations de marketing et de promotion des ventes

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire

NIVEAU D'EXPERTISE

Perfectionnement

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements

SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.

*Repas inclus (en présentiel)

Objectifs pédagogiques

- Identifier les principes du droit de la communication commerciale
- Mettre en œuvre une opération promotionnelle conforme
- Sécuriser les mentions légales et les opérations de stimulation (« incentives »)

Programme de la formation

Identifier les principes du droit de la communication commerciale

Mesurer l'exigence de loyauté inhérente à toute pratique commerciale

- Pourquoi et comment le droit a changé ?
- Interdiction des pratiques commerciales trompeuses par action ou par omission
- Critères d'appréciation des pratiques "simplement déloyales"
- Encadrement des promotions portant sur des produits alimentaires : champ d'application, relèvement du SRP, encadrement en volume et en valeur
- Atelier « Loyauté et pratiques commerciales » :
- Exercice d'application : analyser la conformité à la réglementation relative à l'encadrement des promotions parmi les exemples de publicité exposés
- Cas pratiques : identifier le seuil de revente à perte dans les situations exposées
- Études de cas : évaluer les pratiques adoptées dans le cadre d'opérations promotionnelles existantes ; observer les qualifications jurisprudentielles retenues parmi des décisions choisies

Distinguer les sanctions encourues et les contrôles exercés par les autorités

- Autorités de contrôle
- Typologie des sanctions pénales et civiles
- Charge de la preuve
- Recours à la médiation
- Brainstorming : pourquoi tenter une action en concurrence déloyale ?

Mettre en œuvre une opération promotionnelle conforme

Appliquer les règles d'une communication responsable

- Tu ne dénigreras pas
- Tu éviteras toute confusion
- Tu emploieras le français
- Tu seras compréhensible

Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :

- ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service
- ▶ A froid, 60 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail
- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

Tu ne choqueras pas

- Tu respecteras les règles CNIL
- Tu respecteras les droits des tiers

- Atelier "Appliquer les règles d'une communication responsable" :
- Études de cas : faire une lecture critique d'opérations promotionnelles existantes ; analyser les qualifications jurisprudentielles retenues parmi des décisions choisies
- Cas pratiques : identifier le respect des règles d'une communication responsable exposées dans les situations données

Choisir le format d'opération adapté

- Dans le cadre des relations B to C :
 - ▶ Prime ou un cadeau
 - ▶ Vente par lots
 - ▶ Proposition d'un avantage lié au prix
 - ▶ Organisation d'une loterie ou d'un jeu concours
 - ▶ Offre de remboursement aléatoire ou limitée en nombre
 - ▶ Prime "course de vitesse"
 - ▶ Opérations mixtes
- Dans le cadre des relations B to B :
 - ▶ Règles à respecter
 - ▶ Interdiction des pratiques trompeuses par action
 - ▶ Encadrement des incentives et challenges commerciaux
- Atelier "Choisir le format d'opération adapté" :
- Études de cas : analyser des opérations promotionnelles existantes à l'aune des règles applicables et étudier les qualifications jurisprudentielles retenues parmi des décisions choisies
- Cas pratique : analyser la possibilité de mettre en oeuvre des opérations présentées (soldes, lots, loterie...)

Sécuriser les mentions légales et les opérations de stimulation (« incentives »)

Rédiger des mentions légales conformes

- Définition du contenu obligatoire des mentions
- Utilisation du support adéquat pour la présentation des mentions
- Checklist : les mentions obligatoires sur un site Internet et sur un imprimé publicitaire

Mener une opération de stimulation conforme

- Délimitation des contours du dispositif
- Application des régimes de taxation en fonction de l'opération projetée (RTVE, CLF)
- Checklist : les régimes de taxation selon la nature de l'incentive