Droit de la distribution - droit de la consommation

Droit de la publicité et de la promotion des ventes

2 jours (14h00) | 4,6/5 | JUR-8920019 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 895 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

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

Modalités, méthodes et moyens 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.

Prérequis

Être impliqué dans les opérations de promotion des ventes

Public concerné

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

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

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-mailExercice 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 parrainageExercice 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 médiaGérer 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

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation en 3 phases :Pendant la formation : un bilan quotidien effectué par l'intervenantÀ chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité pour mesurer l'atteinte des objectifsÀ froid : à J +3 mois, une évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.