Droit de la distribution - droit de la consommation

Pratique du droit de la consommation

2 jours (14h00) | 4,6/5 | JUR-8920074 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 755 € ht

Formations Compétences Métier › Juridique › Droit de la distribution - droit de la consommation

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

Identifier les moyens de protection mis à la disposition du consommateur et des professionnels
Intégrer les règles à respecter dans ses rapports avec les consommateurs
Gérer un contentieux en droit de la consommation

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 relations avec les consommateurs

Public concerné

Responsables juridiques et juristes
Responsables commerciaux
Avocats

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

Intégrer les infractions au droit de la consommation et les moyens de protection à la disposition des consommateurs et des professionnels

Publicité et promotion des ventes : comprendre l'intégration en droit français de la Directive européenne relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs

- Pratiques commerciales déloyales, trompeuses et agressives : présentation de la grille d'analyse
- De la publicité trompeuse aux pratiques commerciales trompeuses
- Promotion des ventes (loteries, concours, ventes avec primes, annonces de réduction de prix...) : infractions et libertés
- Spécificités de certains secteurs : crédit à la consommation, alcool, tabac...
- Publicité et déontologie
- L'obligation d'emploi de la langue française

Étude de cas : analyse d'exemples issus de la jurisprudence récente

Publicité destinée aux professionnels : intégration en droit français de la Directive européenne en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative

- La publicité trompeuse destinée aux professionnels et la publicité comparative protectrice des professionnels : règles et enjeux

Étude de cas : analyse de publicités comparatives au regard de la jurisprudence française et européenne et exemples d'actions en cessation

Contrats avec les consommateurs

- Mesurer l'information due aux consommateurs
- Clauses abusives : les identifier et mesurer les risques
- Contrats conclus à distance : configurer son site internet dans le respect des règles de vente à distance
- Faire le point sur la garantie légale et commerciale

Étude de cas : analyse de clauses abusives à partir d'exemples issus de la jurisprudence récente, exemples de sites internet et de CGV

Régler au mieux les litiges relatifs au droit de la consommation et préserver ses droits face aux autorités de contrôle

L'action de la DGCCRF

- Cerner les pouvoirs de la DGCCRF
- Bien appréhender un contrôle de la DGCCRF
- Maîtriser le règlement transactionnel en cas de non-respect du Code de la consommation

L'action des concurrents : l'action en concurrence déloyale

- Définir les conditions de fond et de forme
- Mesurer les risques de condamnation : dommages-intérêts, publication de la décision...
- Maîtriser le règlement transactionnel avec les concurrents

L'action des associations de consommateurs

L'action de groupe

- Définir les conditions de fond et de forme
- Appréhender et gérer une action de groupe

La médiation des litiges de consommation

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.