

10 avril, 7 juin, 4 octobre, 6 décembre 2018

PROMO
RESEARCH

Le droit de la promotion & de la communication commerciale

Objectifs pédagogiques

Maîtriser le nouveau cadre légal de la promotion des ventes, créé par la directive européenne « Pratiques Commerciales déloyales »

Compétences visées

- Valider juridiquement les actions promotionnelles
- Exploiter les nouvelles possibilités offertes

Public visé

- Cadres marketing ou commerciaux développant ou gérant des promotions : chef de produit, chef de promotion, trade-marketer, category manager,
- Juristes d'entreprise
- Responsables de projets en agences de promotion ou de communication

Prérequis

- Une connaissance des grands principes du droit commercial acquise dans le cadre d'une formation commerciale
- Autant que possible, une pratique de la mise en œuvre des techniques promotionnelles

Moyens pédagogiques

- Exposé interactif en vidéoprojection
- Illustration par des cas concrets
- Echanges entre les participants
- Exercices sur des cas concrets

Animation

Etienne Petit, Avocat à la cour, spécialiste du droit de la promotion des ventes

Moyens de suivi

Tour de table sur les attentes de stagiaires en début de journée et sur leur satisfaction en clôture

Modalités d'évaluation

Feuille d'évaluation à remplir à chaud en fin de session

Durée de la formation

Une journée, 7 heures effectives

+ le plus de la formation

L'association de l'expertise du juriste et des outils de veille de PromoResearch : Site cles-promo.com®, [PromoRama](http://PromoRama.com)®

PROGRAMME DE LA FORMATION

Introduction :

Les fondements du nouveau droit de la promotion : la directive européenne « PCD », les jurisprudences européennes de la CJUE, la transposition dans le droit français.

1 – La loyauté des pratiques commerciales

- ▶ Le test de loyauté
- ▶ La notion de pratique commerciale
- ▶ Les pratiques commerciales : « simplement déloyales », trompeuses, agressives
- ▶ Le respect de la « diligence professionnelle » : codes ARPP, ICC
- ▶ Les modalités de contrôle de la licéité
- ▶ Les risques encourus, sanctions, montants, responsabilité ?

2 - La communication des promotions

- ▶ Les 7 règles d'une communication responsable
- ▶ L'ambush marketing
- ▶ Les règles de communication sur les supports : modalités de participation, mentions restrictives et renvois
- ▶ Les règles spécifiques sur les supports digitaux

3 - Les promotions par la mise en œuvre du produit

- ▶ Les primes, directes et différées
- ▶ Les limites de valeur des primes
- ▶ Les cadeaux
- ▶ Les primes autopayantes
- ▶ Les prestations de services offertes
- ▶ La gratuité, intégrée ou additionnelle
- ▶ Les lots et ventes liées, physiques et « virtuels »

4 - Les promotions faisant appel au hasard

- ▶ Les loteries promotionnelles
- ▶ Les jeux, gratuits ou avec obligation d'achat
- ▶ La mise en œuvre d'une loterie promotionnelle, le règlement
- ▶ Les autres promotions à dotation aléatoire
- ▶ Les jeux liés aux achats (jeux trafic, liens avec BR, BA, ODR)

5 - Les promotions par le prix

- ▶ La recommandation ARPP « publicité de prix »
- ▶ Les annonces chiffrées de réduction de prix
- ▶ Les publicités comparatives de prix
- ▶ Les bons de réduction
- ▶ Les bons d'achat, tickets et cagnottes
- ▶ Les « cashback », « deals », « codes promos »
- ▶ Les offres de remboursement simples, différées et aléatoires
- ▶ Les soldes et promotions de déstockage

▶ Focus : point sur le projet de Loi Travert

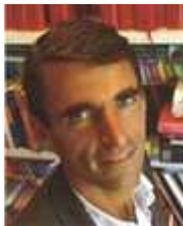
ANIMATEUR

Etienne Petit

Avocat à la cour, spécialiste du droit de la publicité et de la promotion des ventes, Etienne Petit, est l'auteur du, « **Guide du nouveau droit de la publicité et de la promotion des ventes** » (Gualino 2012).

Il a été le directeur éditorial de l'Encyclopédie juridique Dalloz et des Editions Delmas, et exercé les fonctions de conseil juridique de l'émission Teleshopping (TF1).

Etienne Petit s'appuie sur les sources de documentation développées par PromoResearch.



PROMORESEARCH est un cabinet spécialisé dans la veille, le conseil stratégique et la formation en promotion des ventes. Depuis 1997, il a accueilli dans ses formations spécialisées plus de 3 800 participants venant de plus de 900 entreprises.

ORGANISME DE FORMATION

N° déclaration d'activité : 11 95 02333 95
Référéncé DataDock

Contact :

PROMORESEARCH
Philippe Ingold

15, rue de Curzay - 95880 Enghien-les-Bains
Tél. : 01 34 12 32 61
E-mail : droitpromo.ingold@orange.fr

CONDITIONS DE PARTICIPATION

FRAIS DE PARTICIPATION

800 € HT / 960 € TTC

Les frais de participation comprennent l'accès à l'ensemble de la journée, le support des interventions, les pauses et le déjeuner.

BUDGET DE FORMATION

PROMORESEARCH a fait l'objet d'une déclaration d'activité auprès de la Préfecture de la Région d'Île de France. N° : 11 95 02333 95

MODALITES D'INSCRIPTION

L'inscription à la journée est définitive à la réception du bulletin d'inscription et du règlement complet des frais de participation.

Dès réception du bulletin d'inscription par mail ou courrier, nous vous adressons facture, programme et convention de formation. La convocation est parallèlement adressée au participant. Une attestation de présence vous est adressée après la tenue de la session.

CAS DE REGLEMENT PAR VOTRE OPCA

Adressez-nous le bulletin d'inscription en précisant le nom de votre OPCA. Nous vous retournerons par mail un devis, un programme et une convention de formation.

L'inscription définitive est conditionnée par la réception de l'accord de l'OPCA.

MODALITES DE PAIEMENT

Paiement par chèque à l'ordre de **PromoResearch**
Paiement par virement (préciser le numéro de facture)

Domiciliation : CREDIT DU NORD

Numéro de compte : 19221200200 10

Code banque : 30076 / Code guichet : 02083

ANNULATION

Si le nombre de participants est insuffisant, l'organisateur se réserve le droit d'annuler la session avant le début de celle-ci. En cas d'absence ou d'abandon du participant, la session est payable en totalité. En cas d'annulation faite moins de 15 jours avant la session, il sera facturé un dédit de 30 % des frais de participation.

LIEU DES FORMATIONS

PARIS 9^{ème} - ESPACE LA ROCHEFOUCAULD

11 rue de la
Roche foucauld
75009 PARIS

A quelques minutes de la gare Saint-Lazare et des Grands Magasins



BULLETIN D'INSCRIPTION

LE DROIT DE LA PROMOTION & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE

Date session :

Entreprise :

Adresse :

Code Postal / Ville :

BENEFICIAIRE 1 DE LA FORMATION

Prénom : Nom :

Fonction :

Tél. : E-mail :

BENEFICIAIRE 2 DE LA FORMATION

Prénom : Nom :

Fonction :

Tél. : E-mail :

RESPONSABLE DE FORMATION (OU CONTACT ADMINISTRATIF)

Prénom : Nom :

Service :

Tél. : E-mail :

Règlement par OPCA : (à préciser)

SIGNATURE ET CACHET DE L'ENTREPRISE

Fait à : le :

BULLETIN A RETOURNER ACCOMPAGNE DU CHEQUE DE REGLEMENT A :

PROMORESEARCH

15, rue de Curzay 95880 ENGHEN LES BAINS

INFORMATIONS : PHILIPPE INGOLD

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : droitpromo.ingold@orange.fr

site web : www.promoresearch.fr

ORGANISATION : PROMORESEARCH

PROMORESEARCH est un cabinet de marketing spécialisé en stratégie promotionnelle, créé par Philippe Ingold en 1994.

Ses activités sont le conseil stratégique, la formation inter et intra-entreprise en promotion des ventes, l'organisation de conférences (Assises de la Promotion, La Promotion *Digital to Store*), la veille marketing (PromoRama®)

Il s'appuie sur les recherches, travaux de Philippe Ingold (publication de « Promotion des Ventes et Action Commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » chez Vuibert).

Philippe Ingold est en outre le créateur et l'animateur du site « Les clés de la promotion », site de référence sur la promotion des ventes (www.cles-promo.com).