



Maîtriser le cadre juridique du marketing direct

Les limites légales de sa démarche marketing code 842084

DROIT DES AFFAIRES

2 jours - 14 heures

PARIS

- » 19 et 20 juin 2014
- » 8 et 9 décembre 2014
- » 5 et 6 février 2015

PRIX H.T.

1 480 €

ANIMATEUR(S)

» **Céline AVIGNON**
Avocat à la Cour
ALAIN BENSOUSSAN -
AVOCATS

HOMOLOGATION(S)



PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

JUST LEARNING

- » Évaluation amont
- » Évaluation aval

Après cette formation, nous vous conseillons aussi : [Conditions générales de vente](#) (code 842055)

Le consommateur fait l'objet d'une protection légale renforcée et, de ce fait, le marketing direct est encadré par des règles strictes qu'il convient de respecter si l'on ne veut pas risquer de voir son opération échouer. Dès lors, les règles protégeant contre les achats d'impulsion ou celles propres à certaines techniques de marketing direct doivent être anticipées.

Objectifs

- Assimiler les règles qui encadrent le marketing direct pour anticiper les risques de sanctions.
- Adopter les bons réflexes juridiques dans sa démarche marketing.

Public concerné

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

Programme

Règles générales du droit du marketing direct

Les règles concernant le traitement des fichiers et des bases de données

- Loi Informatique et libertés : périmètre de l'autorisation/déclaration selon les traitements, contrats (flux transfrontières, sous-traitance), droits des personnes et mentions obligatoires, confidentialité/sécurité...
- Exploitation de fichiers sur internet : vente, location, échange, hébergement des fichiers...

Les risques encourus

- Contrôles et procédure devant la CNIL
 - Sanctions : administratives, pécuniaires et pénales
- Exercice d'application : déclaration d'un fichier clients/prospects

Techniques de vente et opérations promotionnelles : identifier les règles spécifiques

Les jeux, concours et loteries, les cadeaux et primes

- Le régime juridique des loteries, jeux, concours et primes
- Les impacts du droit européen sur la réglementation française : identifier les pratiques commerciales déloyales

La publicité comparative, trompeuse et mensongère

Étude de cas : analyse d'un règlement d'une opération de jeu

La vente sur internet

- Les mentions légales sur un site web
- Les informations obligatoires de l'offre de contrat
- Le processus de conclusion du contrat et les conditions de vente en ligne
- Délais de livraison, indisponibilité du produit, responsabilité...

Le droit de rétractation

- Les modalités d'exécution du contrat et la faculté de rétractation
- Les conditions de remboursement

Les sanctions encourues

Cerner les règles propres aux techniques du marketing sur internet

Les règles spécifiques de la publicité et de la prospection électroniques

- La publicité en ligne
- La publicité par mail
- Les cookies
- La publicité ciblée et sa charte

Les modalités du parrainage et les précautions à prendre

Les sanctions encourues

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'identifier les limites légales afin de sécuriser votre démarche marketing.