



Droit du marketing

Sécuriser et valoriser ses actions de promotion et de communication code 842113

DROIT DES AFFAIRES

2 jours - 14 heures

PARIS

» 22 et 23 mai 2014
» 24 et 25 novembre 2014

PRIX H.T.
1 440 €

ANIMATEUR(S)

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

» **Virginie BRUNOT**
Avocat à la Cour
ALAIN BENSOUSSAN -
AVOCATS

HOMOLOGATION(S)



PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Après cette formation, nous vous conseillons aussi :
[Maîtriser le cadre juridique du marketing direct](#) (code 842084)

Créer, développer, valoriser l'image de l'entreprise et l'identité visuelle d'un produit exige de connaître le cadre juridique des éléments constitutifs en vue d'une communication maîtrisée. Les professionnels du marketing doivent donc maîtriser l'ensemble de la réglementation applicable à la protection des éléments d'identification de l'entreprise, à la publicité et à la promotion des ventes pour anticiper les risques et défendre leurs actifs incorporels face à la concurrence.

Objectifs

- Mettre en place une politique de protection adaptée aux actions de communication.
- Maîtriser le cadre juridique des techniques de promotion et des supports de communication
- Gérer et contractualiser les rapports avec une agence de communication.

Public concerné

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

Programme

Gérer l'image de l'entreprise et/ou d'un produit

Identifier les éléments protégeables au sein d'une action de communication

- Dénominations, slogans, signes sonores ou figuratifs
- Apparence de produits, lignes, couleurs, contours, packaging
- Textes, maquettes, photographies, illustrations, créations musicales ou audiovisuelles...
- Noms de domaine, concepts...

Faire le point sur les différents systèmes de protection et juger de leur adéquation avec ses objectifs

- La protection des marques : conditions de validité et étendue de la protection
- Le droit d'auteur : identification des œuvres protégeables et étendue de la protection
- Les dessins et modèles : opportunité du cumul de protection
- Le cas particulier des bases de données

Étude de cas : analyse de la protection d'un slogan publicitaire

Faire face à la contrefaçon et à la concurrence déloyale

- Reconnaître les stratégies de communication à risques : contrefaçon, imitation, concurrence déloyale, cybersquatting, référencement sur internet, parasitisme, dénigrement, atteinte à l'image, liberté d'expression...
- Identifier et évaluer les risques et les chances de succès : identifier et évaluer les droits, gérer la preuve, anticiper la stratégie adverse

- Définir une stratégie adaptée : action contentieuse ou solution négociée

Étude de cas : analyse d'un contentieux en matière de dénigrement et imitation de produit

Assimiler le régime de la promotion des ventes

Maîtriser le cadre légal des actions promotionnelles

- Concours et loteries publicitaires
- Ventes avec primes et cadeaux
- Réduction de prix, revente à perte
- Vente subordonnée
- Reconnaître et détecter les pratiques déloyales

Exercice d'application : établissement d'un règlement de jeu

Maîtriser le cadre légal des vecteurs de communication électronique

- Les contraintes juridiques spécifiques au support : prospection par courrier électronique, publicité électronique, site internet, réseaux sociaux...
- La gestion de la protection des données à caractère personnel : les formalités, les droits des personnes et les obligations du responsable du traitement

Exercice d'application : déclaration d'un fichier clients / prospects auprès de la CNIL

Confier la réalisation et la création d'une campagne de communication à un tiers : le contrat avec une agence

- Les prestations confiées : achat d'espace, création, impression, normalisation....
- Les obligations et la responsabilité de l'agence
- Les prestations soumises à une réglementation spécifique

Étude de cas : analyse des principales clauses d'un contrat de prestations publicitaires

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de maîtriser le cadre juridique de vos actions marketing.