

La loyauté des communications publicitaires

Programme

Durée : 1 jour / 7 heures

Tarif : 4 000 € HT

Cibles : service Juridique, marketing/communication, commerciaux chez l'annonceur, en agence ou en régie

Objectifs

Maîtriser les principales règles déontologiques applicables à la publicité, notamment digitale.

Au moyen d'études de cas, et sur la base des communications commerciales réalisées par l'entreprise bénéficiaire, identifier les risques de non-conformité et acquérir les bons réflexes.

Matin : Règles générales applicables à la publicité (9 :00– 13 :00)

9 :00 - Accueil des participants

9 :15 – 10 :00

Pratiques commerciales déloyales
Identification de la publicité/annonceur

10 : 00 - 12 :30

Secteurs règlementés
Communiquer sur les prix
Mentions et renvois
Emploi de la langue française

12 :30 – 13 :00

Ciblage publicitaire

13 :00 – 14 :00 : Pause déjeuner

**Après-midi : Etude de cas (sur mesure, en fonction de l'activité du bénéficiaire)
(14 :15 – 17 :00)**

Analyse des communications de l'entreprise bénéficiaire de la formation

Alerte sur les points critiques et proposition de plan d'action (Adopter les bons réflexes)

Exercices d'application

Remise d'un livrable en fin de séance

Conclusion & questions/réponses

Intervenants :

Catherine Lenain ARPP - Directeur Déontologie

Ellen Zevounou ARPP - Juriste Conseil

Brice Bastié ARPP - Juriste Conseil

Mohamed Mansouri ARPP - Directeur des Opérations et des Systèmes d'Information