

Atelier de bonnes pratiques pour encadrer son activité d'influence marketing

Fiche pédagogique-programme

Durée- Intra/Inter	Une journée
Objectif professionnel	Sécuriser son activité d'influence marketing en intégrant le nouveau cadre légal
Objectifs pédagogiques qui seront évalués	À l'issue de la formation les participants seront capables de : <ul style="list-style-type: none"> Comprendre le statut de l'influenceur ; Découvrir les obligations légales liées au marketing d'influence (responsabilité solidaire, mentions obligatoires, encadrement des produits et services, etc.) ; Identifier les risques juridiques inhérents à une collaboration avec des influenceurs ; Acquérir des réflexes sur les points de vigilance légaux sur les contrats à mettre en place.
Public	Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres professionnels, journalistes, avocats non spécialisés
Prérequis et niveau	Aucun- Accessible aux non-juristes
Contenu pédagogique	<ul style="list-style-type: none"> Les notions fondamentales : influence marketing, statut juridique de l'influenceur, risques et sanctions ; Le contenu des principaux textes encadrant la matière : la loi Influenceurs n°2023-451, le Guide de Bercy Identification des pièges et réflexes à acquérir Les bonnes pratiques à développer Réflexes dans la contractualisation avec un influenceur. Clauses obligatoires au sein du contrat Recommandations professionnelles et d'autodiscipline du secteur
Démarche et méthode pédagogiques	<p>Démarche active, centrée sur l'apprenant qui « agit ».</p> <p>Méthodes :</p> <ul style="list-style-type: none"> expositive, partage du savoir et de l'expérience d'un avocat spécialisé dans le domaine participative, basée sur le questionnement des participants active, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants.
Techniques et outils	<p>Alternance des techniques suivantes : exposés, échanges, mises en situation, questions réponses, quizz.</p> <p>Support pédagogique : présentation ppt.</p>

Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - <u>En amont et au début de session</u> : évaluation du niveau des participants et recueil des attentes et besoins - <u>En cours et en fin de session</u> : évaluation des acquis : quizz - <u>A la fin de la session</u> : évaluation de la satisfaction, à chaud - <u>Sous 2 / 3 mois</u> : évaluation à froid, suivi et retour d'expérience
Modalités de sanction de la formation	Attestation nominative de formation
Délai d'accès	La formation peut être mise en place au plus tard 30 jours à compter de la commande ou pré-inscription de 6 personnes minimum pour un maximum de 15 personnes par session.
Intervenant	<p>Alain HAZAN, Avocat au Barreau de Paris, spécialisé en droit de l'influence marketing, de la publicité, de l'audiovisuel, des industries du luxe et des nouvelles technologies de l'information.</p> <p>alain.hazan@taoma-partners.fr / 01 44 34 22 22</p>
Contact	Contact- inscription et référent handicap : contact@taoma-academy.fr 01 44 34 22 22
Date de mise à jour	Mise à jour 09/2024