



# Règles de promotion et communication des dispositifs médicaux (DM)



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les exigences des règles de communication des dispositifs médicaux
- Concevoir des supports publicitaires conformes à la réglementation
- Adapter la communication selon la classification des dispositifs et le public visé
- Maîtriser les règles applicables aux réseaux sociaux et à la communication digitale
- Identifier les risques et les encadrer



## PRÉREQUIS

- Aucun prérequis nécessaire



## PUBLIC

- Chef de produit
- Responsable ou chargé de communication
- Responsable ou collaborateur marketing
- Chargé d'affaires réglementaires
- Personne en charge du digital en santé

## PROGRAMME

### Introduction

- Différence entre communication et publicité

### 1. Cadre juridique et réglementaire

- Communication selon le statut des DM
- Communication selon les destinataires (grand public, professionnels de santé)
- Publicité pour les professionnels de santé
- Communication selon les supports

### 2. Communication digitale

- Site Internet
- Réseaux sociaux, influenceurs
- E-média

### 3. Autres réglementations applicables

- Charte des bonnes pratiques du DM
- Dispositif d'encadrement des avantages
- Dispositif transparence

### 4. Cas pratique

- Analyse de documents promotionnels (conformes / non conformes)
- Élaboration d'une checklist de conformité

DATES	DURÉE	TARIF
06 NOVEMBRE 2025 5 FEVRIER 2026 4 JUIN 2026	1 JOUR	*1 000€ HT PAR PARTICIPANT

\* À partir de 3 participants du même organisme : 900 € HT / participant