



Règles de promotion et communication des dispositifs médicaux (DM)

DATES	DURÉE	TARIFS / PARTICIPANTS
17 SEPT 2026 21 JANV 2027 10 JUIN 2027	1 jour	* 1 000€ HT / participant

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



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