

Le catalogue des thèmes de formation à construire sur mesure

Août 2024

SOMMAIRE DES THÈMES

| | | |
|-------|---|----|
| 001. | INITIATION A LA PROPRIETE INTELLECTUELLE | 3 |
| 002. | LA PLACE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE DANS LA VIE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE – PROTEGER VOS CREATIONS COMMERCIALES | 3 |
| 003. | POURQUOI ET COMMENT MONTER UNE STRATEGIE DE PROPRIETE INTELLECTUELLE ? | 3 |
| 004. | COMMENT CONSTRUIRE UN BUDGET DE PROPRIETE INTELLECTUELLE ? | 4 |
| 005. | MIEUX CONNAITRE SES ACTIFS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE : LOGOS, MARQUES, NOM DE DOMAINE, DENOMINATION SOCIALE, NOM COMMERCIAL, ENSEIGNE | 4 |
| 006. | CONSTRUIRE UNE STRATEGIE DE MARQUE | 4 |
| 007. | DEPOSER SA MARQUE OU SON LOGO : LES ETAPES INDISPENSABLES AVANT TOUTE CHOSE | 5 |
| 008. | CHOISIR SA MARQUE OU SON LOGO : ATTENTION AUX FAUSSES BONNES IDEES (OU POURQUOI LES JURISTES ONT TOUJOURS RAISON) | 5 |
| 009. | COMPRENDRE L'EXIGENCE DE DISTINCTIVITE DE LA MARQUE : RENCONTRE ENTRE LE SERVICE JURIDIQUE ET LE SERVICE MARKETING | 6 |
| 0010. | COMPRENDRE COMMENT NAIT UNE MARQUE | 6 |
| 0011. | QUELLES DEMARCHES ADMINISTRATIVES SONT NECESSAIRES UNE FOIS LA MARQUE ENREGISTREE ? | 6 |
| 0012. | PROTEGER SA MARQUE A L'INTERNATIONAL | 7 |
| 0013. | DEPOSER SA MARQUE EN FRANCE : APPROCHE PRATIQUE | 7 |
| 0014. | DEPOSER SA MARQUE EN UNION EUROPEENNE : APPROCHE PRATIQUE | 7 |
| 0015. | DEMANDER UNE EXTENSION DE MARQUE A L'INTERNATIONAL : APPROCHE PRATIQUE | 8 |
| 0016. | LES PIEGES A EVITER, LES BOTTES SECRETES ET LES ASPECTS MECONNUS DU DEPOT DE MARQUE | 8 |
| 0017. | MA MARQUE EST ENREGISTREE : IL FAUT A PRESENT LA MAINTENIR. | 8 |
| 0018. | J'AI PLUSIEURS MARQUES ENREGISTREES : N'EN AI-JE PAS TROP ? (L'AUDIT DE PORTEFEUILLES DE MARQUES) 9 | 9 |
| 0019. | SURVEILLER LES MARQUES DES TIERS POUR PROTEGER LES SIENNES | 9 |
| 0020. | LA PROCEDURE D'OPPOSITION : POURQUOI ET COMMENT ? | 9 |
| 0021. | OBTENIR LA SUPPRESSION DE LA MARQUE D'UN TIERS | 10 |
| 0022. | TRANSMETTRE ET MODIFIER SA MARQUE | 10 |
| 0023. | LES PARTICULARITES DE LA MARQUE PHARMACEUTIQUE | 10 |
| 0024. | DEFENDRE SA MARQUE A L'INTERNATIONAL | 11 |
| 0025. | DEFENDRE SES DROITS EN PRESENCE D'UNE VIOLATION EN LIGNE : LA NOTIFICATION LCEN | 11 |
| 0026. | DEFENDRE SES DROITS : L'ACTION EN CONTREFAÇON DE MARQUE (INTRODUCTION GENERALE) | 11 |
| 0027. | DEFENDRE SES DROITS : LE REFERE-CONTREFAÇON DE MARQUE | 11 |
| 0028. | DEFENDRE SES DROITS : LA SAISIE-CONTREFAÇON DE MARQUE ET LE REFERE-RETRACTATION | 12 |
| 0029. | DEFENDRE SES DROITS : L'ACTION EN CONTREFAÇON (LA PROCEDURE ET LE FOND) | 12 |
| 0030. | LES INCIDENTS DE MISE EN ETAT DANS LE PROCES EN CONTREFAÇON DE MARQUE | 13 |
| 0031. | CONTREFAÇON DE MARQUE : EVALUER SON PREJUDICE / CONTESTER UN PREJUDICE | 13 |
| 0032. | LA FISCALITE DE LA MARQUE | 13 |
| 0033. | L'EVALUATION ECONOMIQUE DE LA MARQUE | 13 |
| 0034. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE EN MATIERE DE DROIT DES MARQUES OPPOSITION/DECHEANCE/ANNULATION POUR DROITS ANTERIEURS/DEPOT FRAUDULEUX/ETC | 14 |

| | | |
|-------|---|----|
| 0035. | LES MARQUES COLLECTIVES : UN OUTIL POUR LES INTERPROFESSIONS..... | 14 |
| 0036. | CONNAITRE LES PRINCIPES DU DROIT DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES..... | 14 |
| 0037. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE EN MATIERE D'INDICATIONS GEOGRAPHIQUES..... | 14 |
| 0038. | ENREGISTRER, PROTEGER ET DEFENDRE SON NOM DE DOMAINE..... | 15 |
| 0039. | QUELLES MENTIONS ET QUELS LOGOS PUIS-JE APOSER SUR MON PRODUIT ?..... | 15 |
| 0040. | PROTEGER SES CREATIONS DE DESIGN ET SES MOTIFS ET PACKAGINGS (TEXTILES, OBJETS...)..... | 15 |
| 0041. | LA VIE DU DESSIN ET MODELE APRES SON ENREGISTREMENT..... | 16 |
| 0042. | À LA CARTE : FOCUS SUR LA PROTECTION DES DESSINS ET MODELES DANS UN OU PLUSIEURS PAYS PARTICULIER(S)..... | 16 |
| 0043. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE EN MATIERE DE DESSINS ET MODELES..... | 16 |
| 0044. | COMPRENDRE LES MECANISMES DU DROIT D'AUTEUR..... | 17 |
| 0045. | LES BONS REFLEXES A AVOIR POUR EVITER DE SE RETROUVER EN SITUATION DE CONTREFAÇON..... | 17 |
| 0046. | PEUT-ON PROTEGER LE TITRE D'UNE ŒUVRE PAR LE DROIT D'AUTEUR ?..... | 17 |
| 0047. | COMMENT SECURISER LES CREATIONS FAITES EN ENTREPRISE ?..... | 17 |
| 0048. | VOUS ETES AUTEUR : QUE METTRE DANS UN CONTRAT DE CESSIION DE VOS DROITS ?..... | 18 |
| 0049. | CONNAITRE LES DROITS DES PHOTOGRAPHES ET LES RISQUES DE CONTREFAÇON..... | 18 |
| 0050. | DEFENDRE SES DROITS D'AUTEUR EN PRESENCE D'UNE VIOLATION EN LIGNE..... | 18 |
| 0051. | DEFENDRE SES DROITS : L'ACTION EN CONTREFAÇON DE DROITS D'AUTEUR (INTRODUCTION GENERALE) 19 | |
| 0052. | DEFENDRE SES DROITS : LE REFERE-CONTREFAÇON DE DROITS D'AUTEUR..... | 19 |
| 0053. | DEFENDRE SES DROITS : LA SAISIE-CONTREFAÇON DE DROITS D'AUTEUR ET LE REFERE-RETRACTATION | 19 |
| 0054. | DEFENDRE SES DROITS : L'ACTION EN CONTREFAÇON (LA PROCEDURE ET LE FOND)..... | 20 |
| 0055. | LES INCIDENTS DE MISE EN ETAT DANS LE PROCES EN CONTREFAÇON DE DROITS D'AUTEUR..... | 20 |
| 0056. | CONTREFAÇON DE DROITS D'AUTEUR : EVALUER SON PREJUDICE / CONTESTER UN PREJUDICE..... | 20 |
| 0057. | L'AUDIT DE DROITS D'AUTEUR : POURQUOI ET COMMENT ?..... | 21 |
| 0058. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE EN MATIERE DE DROIT D'AUTEUR..... | 21 |
| 0059. | PROTEGER SES LOGICIELS..... | 21 |
| 0060. | PROTEGER SA BASE DE DONNEES..... | 21 |
| 0061. | AGIR/SE DEFENDRE EN CONCURRENCE DELOYALE/PARASITISME..... | 22 |
| 0062. | REAGIR FACE A L'INJURE ET A LA DIFFAMATION..... | 22 |
| 0063. | REAGIR FACE A L'ATTEINTE A LA VIE PRIVEE..... | 22 |
| 0064. | ENCADRER LA CESSIION DE DROIT A L'IMAGE..... | 23 |
| 0065. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE EN MATIERE DE DROIT DE LA PRESSE..... | 23 |
| 0066. | ENCADRER SON ACTIVITE D'INFLUENCEUR MARKETING..... | 23 |
| 0067. | INFLUENCE MARKETING ET MINEURS..... | 23 |
| 0068. | INFLUENCE MARKETING ET SANTE..... | 24 |
| 0069. | DECOUVRIR LES MARL ET LA MEDIATION DANS LE MONDE JUDICIAIRE..... | 24 |
| 0070. | SE METTRE EN CONFORMITE EN MATIERE DE DONNEES PERSONNELLES..... | 24 |
| 0071. | SENSIBILISER SON EQUIPE AU RGPD..... | 25 |
| 0072. | FAIRE FACE A UNE VIOLATION DE DONNEES..... | 25 |
| 0073. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE SUR LA LOI ÉVIN..... | 25 |
| 0074. | NEGOCIER DES CONTRATS D'ACHAT ET DE VENTE D'ESPACES PUBLICITAIRES..... | 25 |
| 0075. | LES REGLES FONDAMENTALES EN DROIT DE LA PUBLICITE..... | 25 |
| 0076. | CONNAITRE LES REGLES ENCADRANT LA PUBLICITE EN LIGNE..... | 26 |
| 0077. | CONNAITRE LES REGLES ENCADRANT LA RESPONSABILITE DES AGENCES DE PUBLICITE..... | 26 |
| 0078. | LANCER ET SECURISER SON ACTIVITE EN LIGNE – LES REGLES A RESPECTER..... | 26 |
| 0079. | AGIR CONTRE UN CONCURRENT DELOYAL..... | 26 |
| 0080. | PANORAMA DE LA JURISPRUDENCE RECENTE EN DROIT DE LA PUBLICITE OU DU COMMERCE EN LIGNE | 27 |
| 0081. | LA DEONTOLOGIE DU PARALEGAL MARQUE..... | 27 |
| 0082. | LE DEFI DE L'AVOCAT OU DU CPI FACE A L'IA : POURQUOI ET COMMENT DEVELOPPER SES COMPETENCES COMPORTEMENTALES..... | 28 |
| 0083. | LA COMMUNICATION CONSTRUCTIVE EN EQUIPE..... | 28 |
| 0084. | GAGNER EN DISCERNEMENT DANS SA POSTURE DE DECIDEUR OU DE CONSEIL..... | 28 |
| 0085. | COMMENT GERER UN CLIENT OU UN INTERLOCUTEUR DIFFICILE ?..... | 28 |

| | | |
|-------|--|----|
| 0086. | PARLER EN PUBLIC / COMMENT PITCHER..... | 29 |
| 0087. | LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC | 29 |
| 0088. | DESAMORCER LES CONFLITS AVEC SES INTERLOCUTEURS..... | 29 |

DETAIL DES THEMES

FORMATIONS GÉNÉRALES – PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

001. Initiation à la propriété intellectuelle

Objectifs : Comprendre les bases du droit des marques, du droit d’auteur et des autres droits

Besoin : Mieux se repérer dans ce qu’on peut faire, dans ce qu’on doit accepter des tiers, ou dans ce qu’on peut ne pas accepter, en tant que personne physique ou qu’entreprise

Points abordés :

- Droit d’auteur : qu’est-ce qui est protégeable ? Qu’est-ce que l’originalité ?
- Droit des marques : qu’est-ce qu’une marque ? Qu’est-ce qui la distingue d’un nom commercial ou d’une dénomination sociale ?
- Les autres droits : quelques bases sur les noms de domaine, les dessins et modèles, les bases de données, les logiciels, les brevets, la concurrence déloyale, etc.

Public : Tous professionnels profanes en la matière

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste

002. La place de la propriété intellectuelle dans la vie économique de l’entreprise – protéger vos créations commerciales

Objectifs : Comprendre les atouts économiques de la propriété intellectuelle

Besoin : Mieux apprécier la valeur de ses actifs de propriété intellectuelle (noms, logos, motifs, packagings, fragrances, recettes, créations de designers ou d’auteurs, inventions, etc.)

Points abordés :

- Pourquoi protéger ses créations et ses signes ? Les dépôts sont un investissement économique
- Protéger vos créations accroît leur valeur économique ce qui valorise votre produit et votre entreprise. La propriété intellectuelle comme levier de croissance

Public : directions financières, juristes d’entreprise

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste

003. Pourquoi et comment monter une stratégie de propriété intellectuelle ?

Objectifs : Comprendre l’intérêt d’avoir une véritable stratégie en matière de PI

Besoin : Comprendre que la PI est un investissement et non une dépense

Points abordés :

- Qu’est-ce qu’une stratégie de PI ?
- Comment la monter ?
- Comment la valoriser ?
- Pourquoi en avoir une ?

Public : directions financières, juristes d’entreprise

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste

004. Comment construire un budget de propriété intellectuelle ?

Objectifs : Anticiper sur les dépenses liées à un dépôt, tout au long de la vie du titre de PI

Besoin : Autonomiser le juriste d'entreprise sur la validation des dépenses via des bons de commande et alléger le processus de validation par la direction financière

Points abordés :

- Quels sont les éléments d'un budget de PI ? Quels sont les dépenses prévisibles (renouvellements) et les dépenses possibles (oppositions, actions en défense ou en demande) ?
- La transparence et la prévisibilité apportées par le cabinet de CPI/avocats

Public : directions juridiques débutantes ou en croissance, directeurs produits

Formation donnée en collaboration entre un CPI et un paralegal

EN DROIT DES MARQUES ET DES AUTRES SIGNES DISTINCTIFS

005. Mieux connaître ses actifs de propriété intellectuelle : logos, marques, nom de domaine, dénomination sociale, nom commercial, enseigne...

Objectifs : Comprendre la différence entre les différents types de droits immatériels et leur valeur

Besoin : Ne plus confondre les signes entre eux et ne plus croire qu'on est protégé quand on ne l'est pas. Comprendre pourquoi le signe souhaité ne peut pas être déposé même si d'autres marques similaires coexistent déjà.

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une marque ? Quelle protection offre-t-elle ?
- Que sont une dénomination sociale, un nom commercial et une enseigne ? Quelle protection offrent-ils ?
- Qu'est un nom de domaine ? Quelle protection offre-t-il ?
- Comment combiner ces différentes protections ? Quelle stratégie adopter pour constituer un ensemble d'actifs immatériels cohérents ?

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, paralegals en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou paralegal

– durée : 4h

006. Construire une stratégie de marque

Objectifs : Bien choisir son signe, bien construire son portefeuille, bien élaborer son développement international

Besoin : Comprendre pourquoi un signe qui a de la valeur commerciale n'a pas de valeur juridique ; éviter de perdre du temps et de l'argent en commettant des erreurs stratégiques ; anticiper sur son développement européen et international

Points abordés :

- Quel type de marque choisir ? marque française ou marque de l'UE ? Demander une extension hors UE sur la base d'une marque française ou d'une marque de l'UE ?

- Le mécanisme de la priorité : pourquoi bénéficier de la date de dépôt d'une marque préexistante et comment ?

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, parajuristes en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou parajuriste

007. Déposer sa marque ou son logo : les étapes indispensables avant toute chose

Objectifs : Connaître les pré-requis au choix d'un signe pour le déposer comme marque

Besoin : Éviter de perdre du temps, de l'argent, et de devoir changer de marque plusieurs mois ou années après le début d'activité

Points abordés :

- Bien choisir son signe : la distinctivité (ainsi que l'absence de caractère trompeur et de violation de l'ordre public, des indications géographiques et des emblèmes et drapeaux, etc.)
- Effectuer une recherche d'antériorité : éviter d'atteindre les droits des tiers (marques, droit d'auteur, dessins et modèles, noms de domaine, dénominations et autres noms d'entreprise, etc.).
- La recherche d'antériorités conçue comme une assurance : c'est un coût même si le risque ne se réalise pas. Elle n'est pas obligatoire mais hautement recommandée.
- Au nom de qui faire le dépôt ? quelle société du groupe, la société ou le dirigeant, la cotitularité avec règlement de copropriété, quid si la société est en cours de formation, etc. (impact sur la qualité à agir ; impact sur la validité des preuves de l'usage réalisé par un tiers autorisé)
- La territorialité de la marque : où déposer ? En France, en UE, hors de l'UE ? Les implications

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, parajuristes en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat en PI ou un CPI et un avocat en droit social ou fiscal, ou un économiste spécialisé dans le secteur d'activité du destinataire de la formation

008. Choisir sa marque ou son logo : attention aux fausses bonnes idées (ou pourquoi les juristes ont toujours raison)

Objectifs : Connaître les critères juridiques qui font d'un signe une marque valable

Besoin : Former les créateurs (service marketing, agences de naming, etc.) sur l'exigence de distinctivité et comprendre qu'un signe commercialement fort peut n'avoir aucune valeur juridique

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une marque ? (les différents types de signes disponibles ; un slogan est-il protégeable ?)
- Déposer un logo, ou uniquement les éléments verbaux ?
- L'exigence de distinctivité : la marque ne doit pas décrire les produits et services désignés
- La recherche de disponibilité vs la recherche de présélection
- L'évolution de la marque : moderniser le logo (nouveau dépôt et/ou renouvellement de l'ancienne marque ?)
- L'évolution de la marque : restreindre oui, étendre non (il est possible de retirer des produits et services mais pas d'en ajouter ; il est interdit de modifier le signe déposé, même avant son enregistrement) Les implications

Public : services marketings, agences de communication, juristes profanes, avocats profanes

La formation, donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou parolégal, peut être déclinée en l'organisation d'un dialogue entre services internes juridique et marketing d'une même entreprise.

009. Comprendre l'exigence de distinctivité de la marque : rencontre entre le service juridique et le service marketing

Objectifs : Organisation d'une rencontre entre les deux services de l'entreprise, sous l'égide du formateur, pour comprendre la nécessité que le signe choisi soit arbitraire et non descriptif

Besoin : Faire dialoguer les deux services en les éclairant sur les risques existant à choisir des marques très descriptives de produits et services

Points abordés :

- Qu'est-ce que l'exigence de distinctivité ?
- Qu'est-ce que la distinctivité acquise ?
- Orienter les créateurs pour que leurs créations soient mieux protégeables
- Quels sont les dangers financiers, stratégiques et commerciaux à déposer une marque descriptive ?
Notamment, le risque de blocage au moment de l'internationalisation
- Le cas pratique de vente-privee.com
- Élaborer un plan d'action conjoint entre les deux services

Public : service juridique et service marketing

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou parolégal

0010. Comprendre comment naît une marque

Objectif : Comprendre le processus d'enregistrement d'un droit de marque

Besoin : Anticiper les pièges d'un dépôt de marque et mieux exprimer son besoin auprès de TAoMA ; mieux comprendre les besoins d'anticipation sur les délais

Points abordés :

- Bien rédiger son libellé (notamment en fonction des pays visés)
- Les particularités de chaque office (français, européen, mondial)
- Comment répondre à une lettre officielle de rejet provisoire

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, parolégals en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou parolégal

0011. Quelles démarches administratives sont nécessaires une fois la marque enregistrée ?

Objectif : Comprendre les étapes administratives postérieures à l'enregistrement de la marque.

Besoin : Faciliter la compréhension des courriers de TAoMA sur les échéances et leur anticipation, sur les frais et démarches postérieurs à l'enregistrement

Points abordés :

- La stratégie de renouvellement : vaut-il mieux renouveler ou redéposer ? Comment anticiper ses renouvellements (échéanciers)

- Les inscriptions – pourquoi il est important de signaler tout changement aux offices d'enregistrement : changer de mandataire ; changer de titulaire (inscrire un contrat de cession) ; signaler l'existence d'un licencié ; opérer une renonciation totale ou partielle

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, paralegals en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un paralégal

0012. Protéger sa marque à l'international

Objectifs : Comprendre le mécanisme permettant de protéger son signe ailleurs qu'en France et dans l'UE – comprendre les coûts que cela implique

Besoin :

Points abordés :

- Il n'existe pas de marque mondiale mais des extensions à d'autres pays, centralisés par l'office mondial (OMPI)
- Il existe donc des besoins spécifiques selon les pays (pouvoirs, déclarations d'usage, doubles taxes, etc.)

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, paralegals en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un paralégal

0013. Déposer sa marque en France : approche pratique

Objectifs : Apprendre à procéder au dépôt d'une marque auprès de l'INPI

Besoin : Une fois le signe choisi, le libellé déterminé, comment procéder concrètement au dépôt ?

Points abordés :

- La création d'un compte (mandataire ou titulaire) sur le site de l'INPI
- Remplir le formulaire de dépôt
- Les pièges à éviter
- Suivre l'examen de l'INPI jusqu'à la publication pour opposition

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, paralegals en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un paralégal

0014. Déposer sa marque en Union européenne : approche pratique

Objectifs : Apprendre à procéder au dépôt d'une marque auprès de l'EUIPO

Besoin : Une fois le signe choisi, le libellé déterminé, comment procéder concrètement au dépôt ?

Points abordés :

- La création d'un compte (mandataire ou titulaire) sur le site de l'EUIPO
- Remplir le formulaire de dépôt
- Les pièges à éviter
- Suivre l'examen de l'EUIPO jusqu'à la publication pour opposition

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, paralegals en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un paralégal

0015. Demander une extension de marque à l'international : approche pratique

Objectifs : Apprendre à procéder au dépôt d'une demande d'extension de marque auprès de l'OMPI

Besoin : Une fois une marque nationale ou européenne déposée, comment demander concrètement son extension à l'étranger, dans un, deux, quinze, cent pays ?

Points abordés :

- La création d'un compte (mandataire ou titulaire) sur le site de l'OMPI
- Remplir le formulaire de demande d'extension
- Les pièges à éviter
- Comment suivre de manière centralisée les réponses des offices des pays désignés ?

Public : Juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, parajuristes en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un parajuriste

0016. Les pièges à éviter, les bottes secrètes et les aspects méconnus du dépôt de marque

Objectifs : Accroître ses connaissances pratiques

Besoin : Limiter les refus de dépôt et économiser du temps et de l'argent

Points abordés :

- La déclaration d'usage (USA, Canada, etc.) : de quoi s'agit-il ? Avant enregistrement, après enregistrement. La preuve demandée doit de plus en plus être celle d'un usage intense
- Le mécanisme de la priorité
- La distinctivité acquise
- Trucs et astuces du dépôt international : attention au décalage horaire ; le besoin d'une adresse email dédiée côté client ; etc.

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, parajuristes en formation, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un parajuriste

0017. Ma marque est enregistrée : il faut à présent la maintenir.

Objectifs : Comprendre la nécessité d'apporter des soins juridiques à sa marque

Besoin : Mobiliser l'ensemble des équipes (y compris la comptabilité) sur la nécessité, notamment, de récolter des preuves d'usage

Points abordés :

- L'impérieuse nécessité des preuves d'usage : pourquoi et comment ? Ce point constitue l'essentiel de la formation
- Mettre en place un échéancier pour les renouvellements ; informer son avocat/CPI en cas de changement de dénomination sociale, de fusion-acquisition, d'octroi de licence, etc.
- Mettre en place une surveillance (voir formation dédiée)
- Le précontentieux et le contrat de coexistence
- Agir contre les marques des tiers (voir formations dédiées opposition, nullité, déchéance)
- L'action en contrefaçon (voir formation dédiée)

Public : juristes d'entreprise, services de la communication, du marketing, de la comptabilité, des finances. La formation est destinée à l'ensemble de l'entreprise

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste

0018. J'ai plusieurs marques enregistrées : n'en ai-je pas trop ? (l'audit de portefeuilles de marques)

Objectifs : Comprendre l'intérêt de rationaliser son portefeuille de marques via un audit

Besoin : Éviter les doublons et donc les frais de renouvellement inutiles,

Points abordés :

- Les due diligences : rationaliser le portefeuilles de droits
- L'évaluation du coût d'entretien de marques non utilisées
- Quand une marque est-elle le doublon inutile d'une autre ? Quand faut-il tout de même la conserver ?
- Renoncer à certains territoires ne correspondant plus à l'activité de l'entreprise
- Revendiquer une ancienneté nationale

Public : juristes d'entreprise, directions financières, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou un paralégal

0019. Surveiller les marques des tiers pour protéger les siennes

Objectifs : Connaître les moyens de surveiller les autres utilisateurs

Besoin : Empêcher le dépôt et l'enregistrement, ou la simple utilisation, notamment comme nom de domaine, de marques identiques ou similaires aux siennes

Points abordés :

- Pourquoi surveiller que des tiers n'empiètent pas sur mes droits ?
- Quels outils pour la surveillance ?
- Quel est le rôle de l'avocat/du CPI pour faire le tri dans les alertes ?
- La procédure d'opposition : demander le rejet d'une marque non encore enregistrée
- Si le délai d'opposition est dépassé, quels autres moyens d'action ? l'action en nullité, l'action en déchéance
- Attention au mécanisme de forclusion par tolérance

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou un paralégal

0020. La procédure d'opposition : pourquoi et comment ?

Objectifs : Comprendre l'intérêt de s'opposer à l'enregistrement d'un tiers et comment faire

Besoin : Empêcher, à moindre coût, l'enregistrement de marques identiques ou similaires aux siennes en les tuant dans l'œuf

Points abordés :

- L'intérêt de l'opposition : une action préventive à coût limité (éviter les coûts plus importants de l'action en nullité, éviter que le titulaire ne commence à exploiter, etc.)
- Les formalités de l'opposition et le calendrier de procédure (INPI, EUIPO)
- Les particularités dans certains pays (en fonction des pays d'intérêt du destinataire de la formation)
- Les pièces de l'opposition : le risque d'avoir à apporter la preuve de l'usage et le choix du bon droit antérieur

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou un paralégal

0021. Obtenir la suppression de la marque d'un tiers

Objectifs : Comprendre le mécanisme des actions en nullité pour droits antérieurs et en déchéance pour non-usage et leur intérêt stratégique

Besoin :

Points abordés :

- L'identification des marques de tiers dont l'existence est gênante (risque de confusion)
- La voie de la nullité pour droit antérieur : le tiers a déposé sa marque alors que j'avais déjà des droits (marque, dénomination sociale, nom de domaine...) : la procédure et le calendrier, le risque d'avoir à fournir des preuves d'usage
 - o Devant l'INPI
 - o Devant l'EU IPO
 - o Suivant les besoins des personnes à former : devant des offices étrangers
- La voie de la déchéance pour non-usage : le tiers n'utilise pas ou pas totalement sa marque, même antérieure à la mienne : la procédure et le calendrier
 - o Devant l'INPI
 - o Devant l'EU IPO
 - o Suivant les besoins des personnes à former : devant des offices étrangers

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste

0022. Transmettre et modifier sa marque

Objectifs : Comprendre ce qu'on peut faire de sa marque en plus de l'utiliser dans le commerce. Les points abordés peuvent être contextualisés dans le cadre d'un litige ou non.

Besoin : Avoir plus de clarté sur les différents actes juridiques possibles intra-groupe, avec les distributeurs, ou avec tout tiers.

Points abordés :

- Vendre sa marque : le contrat de cession (transfert de propriété : les risques liés à la vente, le goodwill, le formalisme du contrat)
- Licencier sa marque : le contrat de licence (octroi d'un droit d'usage : le contour de la licence, le formalisme du contrat, les droits et obligations des parties)
- Renoncer à sa marque : le retrait total, le retrait partiel et l'impossibilité d'ajouter à sa marque
- Le design du logo évolue : redéposer et/ou renouveler ?

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste

0023. Les particularités de la marque pharmaceutique

Objectifs : Apprendre à bien choisir un signe pour déposer une marque dans le secteur pharmaceutique ou para-pharmaceutique

Besoin : Éviter les pertes de temps et d'argent en choisissant le bon signe

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une marque en général et quels sont les critères de validité du signe ?
- Les particularités relatives à la marque pharmaceutique
- Le rôle de l'Agence nationale du Médicament
- L'appréciation différenciée du risque de confusion suivant le domaine de santé
- Le développement à l'international

Public : juristes d'entreprise du secteur pharmaceutique, juristes non spécialisés

Formation donnée par un CPI

0024. Défendre sa marque à l'international

Objectifs : Comprendre pourquoi et comment protéger ses droits de marque dans les pays hors UE où l'on a demandé une protection

Besoin : Comprendre le besoin de recourir à un réseau international d'avocats/CPI coordonné par un avocat ou CPI français en charge de la vision globale du portefeuille

Points abordés :

- Les actions disponibles devant les offices étrangers (pays choisis suivant les besoins du destinataire de la formation)
- La stratégie globale
- Les actions contre les noms de domaine étrangers

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI ou un juriste et un parolégal

0025. Défendre ses droits en présence d'une violation en ligne : la notification

LCEN

Objectifs : Savoir comment réagir face à une contrefaçon en ligne

Besoin : Apprendre à obtenir le retrait d'un contenu illicite

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une contrefaçon de marque ?
- Comment rédiger une notification LCEN et à qui l'adresser ?
- Comment réagir en cas de refus de l'hébergeur ?

Public : juristes d'entreprise, responsable juridique, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0026. Défendre ses droits : l'action en contrefaçon de marque (introduction générale)

Objectifs : Savoir comment réagir face à une contrefaçon / face à une action en contrefaçon

Besoin : Apprendre à défendre ses droits comme victime de contrefaçon ou face à des accusations de contrefaçon de marque

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une contrefaçon de marque ?
- Se ménager la preuve de la contrefaçon (constats d'huissier, blockchain, saisie-contrefaçon)
- Le précontentieux : comment éviter d'aller au procès ?
- La saisie-contrefaçon et le référé-rétractation (possibilité de formation dédiée)
- Le référé-contrefaçon (possibilité de formation dédiée)
- Le procès en contrefaçon (possibilité de formation dédiée)
- La stratégie d'articulation entre contrefaçon et concurrence déloyale
- L'évaluation du préjudice (pour aller plus loin : formation dédiée)

Public : juristes d'entreprise, responsable juridique, responsable d'une organisation, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0027. Défendre ses droits : le référé-contrefaçon de marque

Objectifs : Connaître les implications du référé-contrefaçon de marque

Besoin : Faire le meilleur choix stratégique pour la défense de ses droits

Points abordés :

- La procédure
- Le niveau de preuve requis
- La compétence du tribunal
- Se défendre contre un référé-contrefaçon (sur la forme, sur le fond et en attaquant la marque invoquée)
- L'appel contre l'ordonnance rendue

Public : juristes d'entreprise, responsable juridique, responsable d'une organisation, avocats spécialisés en PI mais débutants

Formation donnée par un avocat

0028. Défendre ses droits : la saisie-contrefaçon de marque et le référé-rétractation

Objectifs : Connaître les implications de la saisie-contrefaçon de marque

Besoin : Faire le meilleur choix stratégique pour la défense de ses droits

Points abordés :

- La procédure et la rédaction de la requête – savoir rédiger un projet d'ordonnance
- Le secret des affaires
- Le niveau de preuve requis – prouver la titularité des droits invoqués et anticiper sur tout risque de rétractation
- La compétence du juge
- L'accompagnement de l'huissier et des experts
- La préparation de l'action en contrefaçon
- Se défendre contre une saisie-contrefaçon lors de la saisie
- Se défendre contre une saisie-contrefaçon : demander la rétractation de l'ordonnance
- Se défendre contre une saisie-contrefaçon : demander la nullité du procès-verbal

Public : juristes d'entreprise, responsable juridique, responsable d'une organisation, avocats spécialisés en PI mais débutants

Formation donnée par un avocat

0029. Défendre ses droits : l'action en contrefaçon (la procédure et le fond)

Objectifs : Connaître les implications de la procédure d'action en contrefaçon de marque

Besoin : Faire le meilleur choix stratégique pour la défense de ses droits

Points abordés :

- La procédure et les incidents (droit à l'information, secret des affaires, sursis à statuer, connexité et litispendance, incompétence, prescription, forclusion par tolérance, absence de qualité à agir, etc., voir formation dédiée)
- Le niveau de preuve requis
- La compétence du tribunal et l'impact du droit invoqué (marque française ou de l'UE)
- Évaluer le préjudice subi
- Les demandes en concurrence déloyale
- Se défendre au fond

Public : juristes d'entreprise, responsable juridique, responsable d'une organisation, avocats spécialisés en PI mais débutants

Formation donnée par un avocat

0030. Les incidents de mise en état dans le procès en contrefaçon de marque

Objectifs : Maîtriser les écueils fréquents et moins fréquents lors de la mise en état d'un procès en contrefaçon de marque

Besoin : Soulever les bons incidents en défense / les anticiper en demande, pour mieux évaluer le coût d'une procédure

Points abordés :

- L'incident de droit à l'information (en demande)
- L'incident de protection du secret des affaires
- L'incident de sursis à statuer et la stratégie de contestation de la marque invoquée, préalablement à l'initiation de l'action
- Les incidents de connexité et de litispendance
- Les incidents d'incompétence
- Les fins de non-recevoir pour défaut de qualité ou d'intérêt à agir
- Les fins de non-recevoir pour prescription ou pour forclusion par tolérance
- Les appels sur ordonnance d'incident (les régimes particuliers de l'ordonnance d'incompétence et de l'ordonnance de sursis à statuer)

Public : juristes d'entreprise, responsable juridique, responsable d'une organisation, avocats spécialisés en PI mais débutants

Formation donnée par un avocat

0031. Contrefaçon de marque : évaluer son préjudice / contester un préjudice

Objectifs : Apprendre à évaluer le préjudice subi en raison d'actes de contrefaçon de marque

Besoin : Mieux guider le tribunal dans la détermination du quantum de la réparation

Points abordés :

- Le préjudice moral et d'atteinte à l'image
- Le préjudice de ternissement de la marque
- Le préjudice de manque à gagner
- Le préjudice de perte subie
- Le préjudice de perte de chance
- La somme forfaitaire
- La contestation du préjudice allégué

Public : juristes d'entreprise, services comptables, avocats profanes, avocats spécialisés en PI mais débutants

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un expert-comptable

0032. La fiscalité de la marque

Objectifs : Comprendre les aspects fiscaux de la détention de marques

Besoin : sécuriser les opérations juridiques relatives à l'exploitation ou la cession de la marque

Public : juristes d'entreprises, direction financière, avocats profanes, CPI profanes

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0033. L'évaluation économique de la marque

Objectifs : Valoriser ses actifs de PI

Besoin : Mieux vendre son fonds de commerce ou sa société

Points abordés :

- Outils d'évaluation
- Les bénéfices de la valorisation

Public : juristes d'entreprises, direction financière, avocats profanes, CPI profanes

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0034. Panorama de la jurisprudence récente en matière de droit des marques Opposition/déchéance/annulation pour droits antérieurs/dépôt frauduleux/etc.

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : juristes d'entreprise, CPI, avocats

Formation donnée par un avocat ou un CPI

AUX CONFINS DU DROIT DES MARQUES

0035. Les marques collectives : un outil pour les interprofessions

Objectifs : Comprendre le statut particulier de la marque collective

Besoin :

Points abordés :

- Conditions de validité de la marque collective, impact du Paquet Marques sur le formalisme du règlement d'usage

Public : Interprofessions, juristes, responsable juridique, avocats profanes

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0036. Connaître les principes du droit des indications géographiques

Objectifs : Comprendre le statut particulier des IG, AOP, AOC

Besoin : Formation recommandée pour les entreprises du secteur agro-alimentaire, textile ou de l'artisanat – éviter de choisir des marques portant atteinte aux indications géographiques

Points abordés :

- Différences entre IG, AOP et AOC
- Le statut particulier de la marque vitivinicole, domaniale ou commerciale
- L'obtention d'une nouvelle indication géographique
- La protection à l'international (USA, Chine, Russie...)

Public : juristes d'entreprise, avocats profanes, avocats de l'UE (pour la marque vitivinicole : focus possible sur demande), avocats hors UE

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0037. Panorama de la jurisprudence récente en matière d'indications géographiques

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : juristes d'entreprise, CPI, avocats

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0038. Enregistrer, protéger et défendre son nom de domaine

Objectifs : Comprendre quelle est la valeur juridique d'un nom de domaine et comment se protéger et se défendre

Besoin :

Points abordés :

- La stratégie de définition du nom de domaine : choix du signe, choix de l'extension
- Comment enregistrer son nom de domaine : premier arrivé, premier servi ; les subtilités de certaines extensions
- Agir contre le nom de domaine d'un tiers : les procédures UDRP et Syreli

Public : professionnels, juristes d'entreprise, responsables juridiques, avocats profanes

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0039. Quelles mentions et quels logos puis-je apposer sur mon produit ?

Objectifs : Comprendre les droits et obligations du fabricant en termes de mentions sur l'emballage du produit

Besoin : Éviter d'enfreindre les dizaines de législations relatives aux labels, à la protection des consommateurs, aux contraintes sanitaires, etc.

Points abordés :

- Les mentions sanitaires
- L'utilisation du français
- Les labels (bio, rouge, etc.)
- Le « made in »
- La composition
- L'impact de l'internationalisation (UE, hors UE) et les questions douanières

Public : professionnels, juristes d'entreprise, responsables juridiques, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat en droit de la consommation et un CPI ou un juriste

EN DROIT DES DESSINS ET MODÈLES

0040. Protéger ses créations de design et ses motifs et packagings (textiles, objets...)

Objectifs : Comprendre les modalités de protection des dessins et modèles, et l'articulation de la protection avec celle du droit d'auteur, des marques tridimensionnelles et des brevets

Besoin : S'assurer d'avoir les droits sur les créations développées en interne

Points abordés :

- Sécuriser la cession des droits par le créateur/l'agence de design
- La combinaison avec la protection par le droit d'auteur
- Le dépôt : l'impossible exhaustivité des recherches d'antériorité ; le bon choix des angles sous lesquels le modèle doit être déposé ; les disclaimers ; l'étendue territoriale de la protection et le risque de détruire le caractère nouveau ou individuel en cas de dépôts successifs : la nécessité d'anticiper très en amont la liste des pays choisis
- Les procédures de dépôt
- La durée de protection et la protection des dessins et modèles non déposés

- Les particularités des dessins et modèles internationaux (notamment, l'articulation avec la logique de brevet américaine)

Public : professionnels, juristes d'entreprise, responsables juridiques, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un CPI ou un juriste ou un paralégal

0041. La vie du dessin et modèle après son enregistrement

Objectifs : Comprendre les particularités des actions fondées sur, ou dirigées contre un dessin ou modèle français ou de l'UE

Besoin : Savoir quelle est sa marge d'action face à un concurrent

Points abordés :

- Les durées de protection, variables suivant les pays
- La protection du dessin ou modèle non enregistré
- Les actions en nullité
- L'absence d'obligation d'usage
- L'action en contrefaçon et l'action en concurrence déloyale
- Les contrats de licence et de cession

Public : juristes d'entreprise, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un CPI et un avocat

0042. À la carte : Focus sur la protection des dessins et modèles dans un ou plusieurs pays particulier(s)

Objectifs : Comprendre les particularités de la protection des dessins et modèles dans un ou plusieurs pays donné(s) (sur demande)

Besoin : Développer le produit dans le ou les pays identifiés par le destinataire de la formation

Points abordés :

- Sous quelle forme le dépôt doit être fait (photo, dessin, noir et blanc ou couleur) ? Quels documents demander à ses équipes ?
- L'impact de la technicité du produit
- Le système du dessin et modèle international
- Comment adapter sa stratégie de dépôt

Public : juristes d'entreprise, avocats profanes

Formation donnée par un CPI

0043. Panorama de la jurisprudence récente en matière de dessins et modèles

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : juristes d'entreprise, CPI, avocats

Formation donnée par un CPI ou un avocat

EN DROIT D'AUTEUR

0044. Comprendre les mécanismes du droit d'auteur

Objectifs : Comprendre ce qui est protégeable et ce qui ne l'est pas, connaître vos droits et vos obligations

Besoin : Savoir quand on est en train de commettre ou d'être victime de contrefaçon

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une œuvre ?
- Qu'est-ce qui est original ?
- Qu'est-ce qu'un auteur ? Quels sont ses droits ? Quelle est la durée de protection ?
- Qu'est-ce qu'une œuvre de collaboration ?
- Qu'est-ce qu'un droit voisin ?
- Qu'est-ce que la contrefaçon ?

Public : Juristes d'entreprise profanes, créateurs, auto-entrepreneurs, journalistes, etc., avocats profanes

Formation donnée par un CPI ou un avocat

0045. Les bons réflexes à avoir pour éviter de se retrouver en situation de contrefaçon

Objectifs : Comprendre les préalables au lancement d'un produit afin d'éviter les contestations des tiers

Besoin : gagner en sécurité juridique tout au long du processus de création

Points abordés :

- Qu'est-ce que l'originalité en droit d'auteur et la nouveauté en matière de dessins et modèles ?
- Sensibilisation des directeurs de collection
- Les recherches d'antériorité

Public : créateurs, designers, entreprises du secteur du luxe, de la mode et du design, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0046. Peut-on protéger le titre d'une œuvre par le droit d'auteur ?

Objectifs : Comprendre les critères de protection des titres d'œuvres

Besoin : Protéger efficacement ses créations

Points abordés :

- Qu'est-ce que l'originalité en droit d'auteur et s'applique-t-il aux brefs groupes de mots ?
- État de la jurisprudence en matière de protection des titres
- Comment protéger autrement son titre que par le droit d'auteur : la piste du droit des marques

Public : auteurs, avocats profanes

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0047. Comment sécuriser les créations faites en entreprise ?

Objectifs : connaître et s'assurer de transmission des droits d'exploitation des œuvres des salariés et des prestataires

Besoin : être titulaire des droits sur les créations

Points abordés :

- L'articulation entre droits moraux incessibles et droits patrimoniaux cessibles
- De quels droits une personne morale peut-elle être investie ?
- La clause de cession de droits d'auteur dans un contrat de commande d'œuvre

- La clause de cession de droits dans les contrats de travail
- Le formalisme des cessions
- L'impossible garantie mondiale de l'originalité demandée à l'auteur
- Le statut du designer/consultant

Public : juristes d'entreprises, avocats profanes, service création

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0048. Vous êtes auteur : que mettre dans un contrat de cession de vos droits ?

Objectifs : Comprendre le formalisme de la cession de droits d'auteur

Besoin : Mieux comprendre des contrats touffus et pourquoi on ne peut pas « faire quelque chose de simple »

Points abordés :

- L'articulation entre droits moraux incessibles et droits patrimoniaux cessibles
- Quels sont les droits de l'auteur salarié ?
- Quels sont les droits de l'auteur indépendant ?
- La clause de cession de droits d'auteur dans un contrat de commande d'œuvre
- La clause de cession de droits dans les contrats de travail
- Le formalisme protecteur des droits de l'auteur

Public : auteurs, avocats profanes

Formation donnée par un avocat ou un CPI

0049. Connaître les droits des photographes et les risques de contrefaçon

Objectifs : Pour les cessionnaires de droits photographiques comme pour les photographes, comprendre les particularités de la protection des photographies par le droit d'auteur

Besoin : Éviter les contentieux en cadrant les cessions de droits

Points abordés :

- L'originalité des photographies
- Le sort et la propriété des supports physiques
- La cession des photographies et la nécessité d'identifier chacun des clichés cédés
- L'action en contrefaçon et la nécessité de prouver la qualité d'auteur et l'originalité pour chacun des clichés
- Focus sur les sociétés chargées de réclamer les droits sur des photographies utilisées en ligne sans autorisation (Picrights, etc.)

Public : juristes d'entreprise, responsable d'une organisation, entreprise, photographes, avocats profanes

Formation donnée par un avocat ou CPI

0050. Défendre ses droits d'auteur en présence d'une violation en ligne

Objectifs : Savoir comment réagir face à une contrefaçon en ligne

Besoin : Apprendre à obtenir le retrait d'un contenu illicite

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une violation de droit d'auteur ?
- Comment rédiger une notification LCEN et à qui l'adresser ?
- Comment réagir en cas de refus de l'hébergeur ?

Public : juristes d'entreprise, responsable d'une organisation, entreprise, artistes et auteurs, avocats profanes

Formation donnée par un avocat ou CPI

0051. Défendre ses droits : l'action en contrefaçon de droits d'auteur (introduction générale)

Objectifs : Savoir comment réagir face à une contrefaçon / face à une action en contrefaçon

Besoin : Apprendre à défendre ses droits comme victime de contrefaçon ou face à des accusations de contrefaçon de droits d'auteur

Points abordés :

- Qu'est-ce qu'une contrefaçon de droits d'auteur ?
- Se ménager la preuve de la contrefaçon (constats d'huissier, blockchain, saisie-contrefaçon)
- Le précontentieux : comment éviter d'aller au procès ?
- La saisie-contrefaçon et le référé-rétractation (voir formation dédiée)
- Le référé-contrefaçon (voir formation dédiée)
- Le procès en contrefaçon (voir formation dédiée)
- La stratégie d'articulation entre contrefaçon et concurrence déloyale
- L'évaluation du préjudice (voir formation dédiée)

Public : juristes d'entreprise, responsable d'une organisation, entreprise, artistes et auteurs, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0052. Défendre ses droits : le référé-contrefaçon de droits d'auteur

Objectifs : Connaître les implications du référé-contrefaçon de droits d'auteur

Besoin : Faire le meilleur choix stratégique pour la défense de ses droits

Points abordés :

- La procédure
- Le niveau de preuve requis
- La compétence du tribunal
- Se défendre contre un référé-contrefaçon (sur la forme, sur le fond et en attaquant la marque invoquée)
- L'appel contre l'ordonnance rendue

Public : juristes d'entreprise, avocats spécialisés mais débutants

Formation donnée par un avocat

0053. Défendre ses droits : la saisie-contrefaçon de droits d'auteur et le référé-rétractation

Objectifs : Connaître les implications de la saisie-contrefaçon de droits d'auteur

Besoin : Faire le meilleur choix stratégique pour la défense de ses droits

Points abordés :

- La procédure et la rédaction de la requête – savoir rédiger un projet d'ordonnance
- Le secret des affaires
- Le niveau de preuve requis – prouver la titularité des droits invoqués et anticiper sur tout risque de rétractation
- La compétence du juge
- L'accompagnement de l'huissier et des experts
- La préparation de l'action en contrefaçon
- Se défendre contre une saisie-contrefaçon lors de la saisie

- Se défendre contre une saisie-contrefaçon : demander la rétractation de l'ordonnance
- Se défendre contre une saisie-contrefaçon : demander la nullité du procès-verbal

Public : juristes d'entreprise, avocats spécialisés mais débutants

Formation donnée par un avocat

0054. Défendre ses droits : l'action en contrefaçon (la procédure et le fond)

Objectifs : Connaître les implications de la procédure d'action en contrefaçon de droits d'auteur

Besoin : Faire le meilleur choix stratégique pour la défense de ses droits

Points abordés :

- La procédure et les incidents (droit à l'information, secret des affaires, sursis à statuer, connexité et litispendance, incompétence, prescription, absence de qualité à agir, etc., voir formation dédiée)
- Le niveau de preuve requis
- La compétence du tribunal
- Évaluer le préjudice subi
- Les demandes en concurrence déloyale
- Se défendre au fond

Public : juristes d'entreprise, avocats spécialisés mais débutants

Formation donnée par un avocat

0055. Les incidents de mise en état dans le procès en contrefaçon de droits d'auteur

Objectifs : Maîtriser les écueils fréquents et moins fréquents lors de la mise en état d'un procès en contrefaçon de droits d'auteur

Besoin : Soulever les bons incidents en défense / les anticiper en demande, pour mieux évaluer le coût d'une procédure. S'y retrouver après la réforme de 2020.

Points abordés :

- L'incident de droit à l'information (en demande)
- L'incident de protection du secret des affaires
- L'incident de sursis à statuer
- Les incidents de connexité et de litispendance
- Les incidents d'incompétence
- Les fins de non-recevoir pour défaut de qualité ou d'intérêt à agir
- La fin de non-recevoir pour prescription
- Les appels sur ordonnance d'incident (les régimes particuliers de l'ordonnance d'incompétence et de l'ordonnance de sursis à statuer)
- L'absence d'originalité est-elle une absence de qualité à agir ?

Public : juristes d'entreprise, avocats spécialisés mais débutants

Formation donnée par un avocat

0056. Contrefaçon de droits d'auteur : évaluer son préjudice / contester un préjudice

Objectifs : Apprendre à évaluer le préjudice subi en raison d'actes de contrefaçon de droits d'auteur

Besoin : Mieux guider le tribunal dans la détermination du quantum de réparation

Points abordés :

- Le préjudice moral et d'atteinte à l'image

- Le préjudice de manque à gagner
- Le préjudice de perte subie
- Le préjudice de perte de chance
- La somme forfaitaire
- La contestation du préjudice allégué

Public : juristes d'entreprise, avocats spécialisés mais débutants

Formation donnée en collaboration entre un avocat et un expert-comptable

0057. L'audit de droits d'auteur : pourquoi et comment ?

Objectifs : Comprendre l'intérêt d'avoir une vue globale de l'ensemble de ses droits d'auteur (enregistrés ou non)

Besoin : Nécessaire pour valoriser une cession de fonds de commerce ou à l'occasion d'une fusion-acquisition ou de la revente d'une filiale

Points abordés :

- Vérification des titres
- Vérification de la titularité et des cessions
- Utilité d'une dataroom
- Encadrer les cessions à réaliser pour concentrer les droits sur la même personne morale

Public : juristes d'entreprise, directions financières, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0058. Panorama de la jurisprudence récente en matière de droit d'auteur

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : juristes d'entreprise, CPI, avocats

Formation donnée par un avocat ou CPI

AUX CONFINS DU DROIT D'AUTEUR

0059. Protéger ses logiciels

Objectifs : Comprendre le mécanisme de protection des créations de logiciels

Besoin : Adopter les bons réflexes

Formation donnée par un ou plusieurs avocats

Formation donnée par un avocat ou CPI

0060. Protéger sa base de données

Objectifs : Comprendre les règles de protection des bases de données

Besoin : Protéger ses investissements et ses efforts dans la collecte et l'ordonnancement de données

Points abordés :

- Le régime spécifique de la protection des bases de données
- Réagir face au scrapping de données
- Quid du RGPD ?

Public : juristes d'entreprise, responsable d'une organisation, entreprise, artistes et auteurs, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0061. Agir/se défendre en concurrence déloyale/parasitisme

Objectifs : Les grands principes de l'action en concurrence déloyale et/ou en parasitisme

Besoin : Mieux connaître les droits invocables

Points abordés :

- La distinction entre concurrence déloyale et parasitisme
- L'articulation avec les actions en contrefaçon
- Questions stratégiques : la compétence (tribunal de commerce)

Public : juristes d'entreprise, avocats spécialisés mais débutants

Formation donnée par un avocat

EN DROIT DE LA PRESSE – e-RÉPUTATION

0062. Réagir face à l'injure et à la diffamation

Objectifs : Comprendre ce qui est punissable et quelles sont les contraintes procédurales

Besoin : Sécuriser sa communication et protéger son e-réputation

Points abordés :

- Diffamation et injure : définitions, distinction et articulation avec la liberté d'expression
- L'atteinte à la présomption d'innocence
- Le droit de réponse
- L'action pénale et l'action civile : quel choix opérer ?
- La défense à une action en diffamation : les exceptions
- Les contraintes procédurales (la prescription de trois mois, les chausse-trappes procédurales)
- Analyser les risques avant publication
- Les infractions spéciales à raison de l'appartenance des victimes à un groupe de personnes (religion, sexe, orientation sexuelle, handicap, etc.) et la provocation et l'apologie de crimes (appels à la discrimination et à la haine, apologie de crimes de guerres, négationnisme, apologie du terrorisme...)
- Comment contre-attaquer avec un plan de communication ?

Public : juristes d'entreprise, entrepreneurs, services de communication, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, éditeurs de presse et du livre, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0063. Réagir face à l'atteinte à la vie privée

Objectifs : Comprendre ce qui est punissable et comment obtenir réparation

Besoin : Sécuriser sa communication et protéger son e-réputation

Points abordés :

- Définition de la vie privée et articulation avec la liberté d'expression (protection variable suivant la notoriété des personnes)
- Les personnes morales ont-elles une vie privée ?
- L'action pénale et l'action civile : quel choix opérer ?
- Le *revenge porn*
- L'usurpation d'identité
- Comment contre-attaquer avec un plan de communication ?

Public : juristes d'entreprise, services de communication, entrepreneurs, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, éditeurs de presse et du livre, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0064. Encadrer la cession de droit à l'image

Objectifs : Comprendre les règles à respecter en matière de respect du droit des personnes à leur image

Besoin : sécuriser sa communication et ses campagnes de publicité

Points abordés :

- Le formalisme de la cession de droit à l'image
- Les points de vigilance sur certains groupes de personnes : mineurs, salariés, mannequins, cadavres
- Actualité de jurisprudence : les risques à éviter

Public : juristes d'entreprise, services de communication, entreprises, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0065. Panorama de la jurisprudence récente en matière de droit de la presse

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : juristes d'entreprise, services de communication, entrepreneurs, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, éditeurs de presse et du livre, CPI et avocats profanes

Formation donnée par un avocat

0066. Encadrer son activité d'influenceur marketing

Objectifs : Connaître le nouveau cadre de l'influence commerciale

Besoin : Faire le point sur le droit et les bonnes pratiques

Points abordés :

- Le nouveau cadre légal
- Les bonnes pratiques contractuelles
- Le statut de l'influenceur

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et une agence de communication

0067. Influence marketing et mineurs

Objectifs : Connaître les risques du recours à des mineurs dans une campagne d'influence marketing

Besoin : Respecter les réglementations spécifiques de droit à l'image et de droit du travail

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et une agence de communication

0068. Influence marketing et santé

Objectifs : Connaître le cadre des textes encadrant les professions de santé et leur participation à des opérations de marketing d'influence

Besoin : Identifier le cadre et les procédures pour parler de produits de santé sur les réseaux sociaux

Public : juristes d'entreprise, auto-entrepreneurs, acteurs de l'influence marketing, blogueurs et autres individuels, journalistes, avocats profanes

Formation donnée en collaboration entre un avocat et une agence de communication

LES MARL

0069. Découvrir les MARL et la médiation dans le monde judiciaire

Objectifs : Connaître les différents MARL et leur intérêt

Besoin : Être force de proposition vis-à-vis de son client pour lui éviter ou le sortir d'un contentieux long et coûteux

Points abordés :

- Ce que permet et ne permet pas la médiation Sortir des idées reçues sur la médiation
- La médiation judiciaire
- La posture à adopter quand on est avocat accompagnant un client en médiation

Public : avocats, juristes d'entreprise,

Formation donnée par un avocat médiateur

EN DROIT DE LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

0070. Se mettre en conformité en matière de données personnelles

Objectifs : Maîtriser les concepts du RGPD et connaître les obligations fondamentales en matière de protection des données

Besoin : Comprendre les risques encourus en cas de non-conformité

Points abordés :

- La conformité apparente (mentions légales, politique de confidentialité, politique de cookies...)
- La conformité de fond (sécurisation des flux de données, registre, sous-traitants, etc.)

Public : dirigeants, avocats non spécialisés, juristes d'entreprise, entrepreneurs/professionnels

Formation donnée par un avocat

0071. Sensibiliser son équipe au RGPD

Objectifs : Découvrir les fondamentaux

Besoin : sécuriser les traitement et responsabiliser son équipe

Points abordés :

Public : tous les opérationnels d'une équipe dans une entreprise, organisation, juristes d'entreprise, entrepreneurs, professionnels.

Formation donnée par un avocat

0072. Faire face à une violation de données

Objectifs : Connaître ses obligations en situation de crise

Besoin : Anticiper sur une violation de la protection des données

Points abordés :

- La notion de violation
- Les obligations du responsable de traitement
- Les aspects techniques et technologiques
- La gestion de l'image du responsable de traitement

Public : avocats non spécialisés, juristes d'entreprise, dirigeants, entrepreneurs, professionnels

Formation donnée par un avocat

EN DROIT DE LA PUBLICITÉ ET EN DROIT DU COMMERCE EN LIGNE

0073. Panorama de la jurisprudence récente sur la loi Evin

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : juristes d'entreprise, avocats, agences marketing

Formation donnée par un avocat

0074. Négocier des contrats d'achat et de vente d'espaces publicitaires

Objectifs : Connaître les règles en matière de contrats publicitaires

Besoin : Sécuriser ses contrats

Points abordés :

- La régie et les centrales
- Les différences de régime

Public : juristes d'entreprise, avocats, agences marketing

Formation donnée par un avocat

0075. Les règles fondamentales en droit de la publicité

Objectifs : Connaître les règles fondamentales

Besoin : Anticiper sur de potentielles condamnations pour publicité illicite

Points abordés :

- Les règles générales
- Les règles propres à l'alcool et au tabac

- Les règles relatives aux mineurs

Public : juristes d'entreprise, avocats, agences marketing

Formation donnée par un avocat

0076. Connaître les règles encadrant la publicité en ligne

Objectifs : Connaître les règles fondamentales

Besoin : Sécuriser son plan marketing en ligne

Points abordés :

- Les règles générales
- Le ciblage par les cookies
- L'influence marketing
- La dimension internationale

Public : juristes d'entreprise, avocats, agences marketing

Formation donnée par un avocat

0077. Connaître les règles encadrant la responsabilité des agences de publicité

Objectifs : Connaître les règles fondamentales

Besoin :

Points abordés :

- L'obligation de résultat sur la légalité
- L'absence de droit des tiers
- Les clauses limitatives de responsabilité

Public : juristes d'entreprise, avocats, agences marketing, agences de publicité

Formation donnée par un avocat

0078. Lancer et sécuriser son activité en ligne – les règles à respecter

Objectifs : Connaître les règles fondamentales d'une activité commerciale en ligne

Besoin : sécuriser son activité

Points abordés :

- Les mentions obligatoires
- Les CGV et CGU
- Les CGV entre professionnels
- Les données personnelles, la politique de confidentialité et le bandeau cookies
- Le droit de rétractation
- Le droit de la vente
- La légalité des contenus : les droits de propriété intellectuelle

Public : avocats non spécialisés, juristes d'entreprise, dirigeants, entrepreneurs, professionnels

Formation donnée par un avocat

0079. Agir contre un concurrent déloyal

Objectifs : Connaître les critères et la procédure de l'action en concurrence déloyale et en parasitisme

Besoin : Mieux identifier le caractère déloyal de la concurrence

Points abordés :

- Distinction entre concurrence déloyale et parasitisme

- Les outils à disposition (la notification LCEN, la lettre de mise en demeure, la médiation, l'action judiciaire)
- La stratégie judiciaire et la question du tribunal compétent
- L'articulation avec la propriété intellectuelle (monopole vs liberté du commerce)
- Évaluer le préjudice subi

Public : avocats non spécialisés, juristes d'entreprise, dirigeants, entrepreneurs, professionnels

Formation donnée par un avocat

0080. Panorama de la jurisprudence récente en droit de la publicité ou du commerce en ligne

Objectifs : Connaître les décisions les plus récentes dans la matière

Besoin : Se mettre à jour

Public : avocats non spécialisés, juristes d'entreprise, dirigeants, entrepreneurs, professionnels

Formation donnée par un avocat

FORMATIONS LIÉE AUX MÉTIERS DU DROIT

0081. La déontologie du paralegal marque

Objectifs : Comprendre les règles déontologiques propres à la profession de paralegal

Besoin : En l'absence de déontologie officielle, connaître les règles et adopter les bons réflexes

Points abordés :

- Application des règles relatives aux profession juridiques représentées dans le cabinet
- Contractualisation de certaines règles
- Particularités de la SPE (option)

Public : paravocats, CPI

Formation donnée par un CPI et un paravocat senior

LES ATELIERS BONNES PRATIQUES LEADERSHIP ET AGILITÉ RELATIONNELLE

0082. Le défi de l'avocat ou du CPI face à l'IA : pourquoi et comment développer ses compétences comportementales

Objectifs : Améliorer son service aux clients- Sensibilisation aux soft skills

Besoin : faire évoluer la posture de l'avocat ou du CPI « sachant », face aux défis de l'IA

Points abordés :

- Les règles déontologiques
- Pourquoi et quels soft skills
- Quelques exemples de mise en pratique

Public : Juristes, futurs CPI, CPI juniors, élèves avocats, avocats juniors ou confirmés

Formation donnée par une avocate médiatrice et une coach-comédienne

0083. La communication constructive en équipe

Objectifs : Améliorer la relation en équipe- Sensibilisation aux soft skills

Besoin : éviter les conflits, améliorer le bien être et la productivité

Points abordés :

- Les mécanismes de défense
- Les maladresses relationnelles
- Quelques exemples de mise en pratique

Public : tous professionnels, Juristes, CPI ou avocats juniors ou confirmés

Formation donnée par une avocate médiatrice

0084. Gagner en discernement dans sa posture de décideur ou de conseil

Objectifs : Répondre à une situation au lieu d'y réagir

Besoin : Sortir de la réactivité pour collecter toutes les données d'une situation et prendre la décision adaptée

Points abordés :

- Les mécanismes de défense
- L'écoute
- La différence entre les faits et les observations pensées et jugements

Public : avocats, CPI, autres conseils, dirigeants, managers

Formation donnée par une avocate médiatrice et un.e formateur.ice spécialisé.e

0085. Comment gérer un client ou un interlocuteur difficile ?

Objectifs : sensibilisation à l'écoute et recherche des besoins (écoute empathique)

Besoin : améliorer l'accompagnement des clients, améliorer la relation, augmenter ses chances d'obtenir ce qu'on souhaite

Points abordés :

- Les mécanismes de défense
- L'écoute empathique
- Poser sa limite

Public : avocats, CPI, autres conseils

Formation donnée par une avocate médiatrice et un.e formateur.rice spécialisé.e

0086. Parler en public / Comment pitcher

Objectifs : Apprendre à s'exprimer et à faire passer un message court devant un cercle restreint aussi bien que devant une plus large assemblée, dans un cadre professionnel

Besoin : Dépasser ses peurs, apprendre à se connaître, savoir remporter des défis, se faire comprendre

Points abordés :

- La prise de parole courte : faire passer un message complexe en moins de cinq minutes
- Faire face à l'adversité : réagir face à une interruption ou à des signes de désintérêt
- La prise de parole longue : dynamiser une communication avec ou sans outils visuels (slides, supports multimédias...)
- Dépasser sa timidité
- Poser sa voix et adopter le bon comportement corporel
- S'adresser à un comité exécutif
- Réagir face à des questions déstabilisantes

Public : tous professionnels de toutes entreprises, avocats, CPI

Formation donnée par une coach comédienne, spécialisée dans la formation à la prise de parole en public, en collaboration avec un professionnel, un CPI ou avocat selon le public de la formation.

0087. La prise de parole en public

Objectifs : Passer un cap dans la prise de parole

Besoin : améliorer ses plaidoiries ou ses interventions pour obtenir l'attention et captiver

Points abordés :

- Maîtriser son trac
- Structurer et adapter son discours pour capter et maintenir l'attention de l'audience.
- Engager efficacement leur audience et répondre aux questions avec aisance.

Public : tous professionnels de toutes entreprises, avocats, CPI

Formation donnée par une coach comédienne, spécialisée dans la formation à la prise de parole en public, en collaboration avec un professionnel, un CPI ou avocat selon le public de la formation.

0088. Désamorcer les conflits avec ses interlocuteurs

Objectifs : Sensibilisation à la gestion des conflits

Besoin : préserver l'harmonie pour la sécurité de l'activité

Points abordés :

- L'origine des conflits
- Le fonctionnement de nos mécanismes de défense
- Les différenciations clés de la CNV
- L'écoute

Public : tous professionnels, avocats, CPI, dirigeants, managers, associés, autres conseils et professions libérales

Formation donnée par une avocate médiatrice et un.e formateur.ice spécialisé.e