

SAVOIR GÉRER UNE MARQUE

1 jour (7 heures en présentiel ou 7 heures à distance en classe virtuelle)

Compétences visées

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de gérer intégralement une marque, depuis la compréhension de ses fondements jusqu'à sa valorisation. Ils sauront naviguer dans le régime juridique des marques, préparer et effectuer un dépôt de marque efficace, et gérer les risques juridiques liés. Les compétences acquises incluent également la capacité de suivre la vie d'une marque et de répondre adéquatement aux actes de contrefaçon et de concurrence déloyale, un atout majeur pour tout professionnel souhaitant protéger et valoriser son patrimoine immatériel.

Objectifs pédagogiques

Cette formation permet d'identifier le régime juridique des marques afin de choisir, protéger et valoriser la dénomination et/ou le logo sous lesquels les personnes vont exercer leur activité professionnelle et commerciale ou développer de nouveaux produits ou services.

Population visée

Cette formation s'adresse aux professionnels désireux de comprendre et de maîtriser les aspects juridiques de la gestion d'une marque. Elle est particulièrement pertinente pour les entrepreneurs, les responsables marketing, les juristes d'entreprise, et toute personne impliquée dans la protection et la valorisation de la propriété intellectuelle.

Pré-requis

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour ce stage

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

Consultant formateur, avocat spécialisé en droit des technologies et en droit à l'image.

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.

Contenu

Qu'est-ce qu'une marque ?

- Les éléments protégeables au titre d'une marque
- Quelles sont les caractéristiques d'une marque
- Présentation générale du régime juridique des marques (durée de protection, suivi...)

Pourquoi déposer sa marque ?

- Intérêts d'un dépôt d'une marque par rapport à un usage de fait
- Valoriser son patrimoine immatériel constitué par une marque
- Protéger son activité et sa société

Comment préparer le dépôt de sa marque ?

- Vérifier la validité de sa marque
- Le principal écueil : une mauvaise recherche d'antériorités
- Définir son activité et ses développements

Comment déposer une marque ?

- Présentation du fascicule de dépôt et explication des différentes mentions à compléter

Quels sont les risques encourus en cas d'un dépôt inapproprié de marque ?

- La procédure d'opposition
- La déchéance de la marque
- La nullité de la marque
- L'action contrefaçon et de concurrence déloyale

Comment suivre la vie de sa marque ?

- Présentation des différentes étapes et événements de la vie d'une marque
- Présentation des fascicules INPI liés au suivi d'une marque

Comment valoriser sa marque ?

- La vie de ses produits et services : les contrats de cession et de licence

Comment protéger sa marque ?

- Présentation des formes de contrefaçon et des actes de concurrence déloyale et de parasitisme, présentation des problématiques liées à Internet (actes de contrefaçons, noms de domaine, adwords...)
- Présentation des outils de réponse aux actes de contrefaçon et de concurrence déloyale (mise en demeure, action en contrefaçon et en concurrence déloyale)

SAVOIR GÉRER UNE MARQUE

Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).

Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.

Remise d'une attestation individuelle de réalisation.