

MARQUE

Noms de produits ou services, slogans et logos développés pour les clients

SECRET D'AFFAIRES

DESSINS ET MODÈLES

Apparence de produits en 2D ou 3D, icônes et interfaces...

DROITS DES BASES DE DONNÉES

BREVET

Solutions techniques nouvelles

NOM DE DOMAINE

I-DEPOT

DROITS D'AUTEUR

Œuvres originales telles que les créations graphiques, les éléments audio ou vidéo, les codes sources...

← Tourner la page pour voir des exemples concrets

ASSISTANCE DE PREMIER NIVEAU	INFORMATION ET ACCOMPAGNEMENT PI	INFORMATIONS ET ACCOMPAGNEMENT À L'ENTREPRENARIAT	CONSEILS, ASSISTANCE À L'OBTENTION DES DROITS ET RÉDACTION DE CONTRATS
IPIL Institut de la Propriété Intellectuelle Luxembourg (PIL G.I.E.) www.ipil.lu	Chambre de Commerce www.houseofentrepreneurship.lu	Chambre des Métiers www.cdm.lu	Conseils en propriété Industrielle et Avocats Fédération des Conseils en Propriété Industrielle au Luxembourg (FCPI) Liste des membres sur www.fcpi.lu
Office de la propriété intellectuelle - Ministère de l'Économie www.gouvernement.lu/pi	Luxinnovation www.luxinnovation.lu	Barreau de Luxembourg Liste des membres sur www.aipil.lu	Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle (AIPPI)

← VOS PRINCIPAUX INTERLOCUTEURS



134, route d'Arlon
L-8008 Strassen
Tél : + 352 247-80210
Fax : +352 247-80222
Email : info@ipil.lu

AVEC LE SUPPORT DE



21, rue Marguerite de Brabant
L-1254 Luxembourg
Tél. : (+352) 26 04 50
Email : info@ecg.lu



LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE POUR LES AGENCES DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

* groupeget 04275 - Publié par Institut de la Propriété Intellectuelle Luxembourg G.I.E. - L-8008 Strassen, 134-Route d'Arlon - Imprimé au Luxembourg - Juillet 2022.

← POUR EN SAVOIR PLUS

Prenez rendez-vous avec l'IPIL

Brevets, marques, dessins & modèles, droits d'auteur : les experts de l'Institut de la Propriété Intellectuelle Luxembourg (IPIL G.I.E.) vous proposent des séances de sensibilisation et de coaching en matière de propriété intellectuelle.

Contactez-nous à info@ipil.lu pour de plus amples informations.

- 1 La dénomination sociale de l'agence est « Equipe Créative Géniale SARL », son logo « ECG » est déposé à titre de marque (semi-figurative) pour ses services.
Droits d'auteur sur le logo et sur la police de caractère s'ils sont originaux.
- 2 Nom de domaine « www.ipil.lu » enregistré pour le site Internet de l'agence.
- 3 Enseigne reprenant le nom commercial d'un client et déposé en tant que marque pour ses produits et services par un professionnel de la PI (conseil en propriété industrielle ou avocat).
- 4 Créations de Mike, graphiste de l'agence, protégées par les droits d'auteur si elles sont originales. Le transfert des droits avec l'agence a été formalisé par contrat.
- 5 Contrats de confidentialité avec les employés, stagiaires, *freelances*, et autres partenaires commerciaux... Ceux-ci sont nécessaires pour préserver la nouveauté de certaines créations, notamment les dessins et modèles et les secrets d'affaires de l'agence.
- 6 Licences IN : ensemble des contrats de licences ou cessions de droits de PI de tiers au profit de l'agence (banques de données d'images et de sons, développements logiciel, créations de partenaires...)
Licences OUT : ensemble des contrats de licences ou cessions, permettant à des tiers (annonceurs, maisons d'édition, distributeurs...) l'exploitation des créations de l'agence protégées par un droit de PI.

DU CONCEPT A LA CAMPAGNE MARKETING

La Propriété Intellectuelle (PI) intervient au quotidien dans les activités d'une agence de communication et de marketing

- Quand vous choisissez **un nom** et **un logo** pour votre **agence** ou vos **clients**
- Quand vous **négochiez** ou **signez des contrats** avec des annonceurs ou des **partenaires économiques** (sous-traitants, *freelances*...)
- Quand vous développez un nouveau **design** de produit pour vos clients
- Quand vous développez des **processus**, des **méthodes** ou des **solutions techniques** pour améliorer l'efficacité de vos campagnes
- Quand vous **utilisez des créations de tiers** (contenus visuels, musique et sons, extraits de codes et APIs...)
- Quand vous écrivez du **code informatique** ou développez des **interfaces** ou des **contenus numériques**
- Quand vous **publiez** ou **postez des contenus** sur les réseaux sociaux en votre nom ou pour le compte de vos clients



- 7 Documents faisant l'objet d'i-DEPOT (p.ex. esquisses, méthodes marketing) auprès de l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle pour constituer une preuve d'antériorité et de possession.
- 8 Ensemble des documents pour Stefania (avocate/conseil en propriété industrielle de l'agence) relatifs aux négociations avec les partenaires, aux enregistrements auprès des offices, aux litiges avec des tiers et aux actions en contrefaçon.
- 9 Le contrat de Cassiopée, photographe *freelance*, spécifie l'étendue des droits transférés (notamment le droit de reproduction, d'adaptation, et de communication au public) et sa rémunération pour les clichés proposés.
- 10 Œuvres photographiques de Cassiopée protégées par droits d'auteur et pour lesquelles l'agence s'est assurée les droits exclusifs.
- 11 Prototypes de la campagne publicitaire : les éléments ont été datés par i-DEPOT et maintenus secrets jusqu'à leur présentation au client.
- 12 Le packaging du produit a été développé sur mesure par Chadia dans l'objectif d'être enregistré comme modèle protégé. Son développement a été daté par i-DEPOT et maintenu secret afin d'en préserver la nouveauté.
- 13 Discussions avec le client sur les créations réalisées. La conversation aborde l'étendue de la transmission des droits de PI en fonction des besoins du client (notamment les usages, les territoires, l'exclusivité, la durée et la rémunération), l'existence de droits de tiers ainsi que la stratégie de protection envisagée (enregistrement de marque, dessin ou modèle...).
- 14 Fred tient le dossier de vérification des droits antérieurs (noms, images, arrière-plans photo, textes...) pour la campagne marketing. Cette vérification a été réalisée en partie par l'agence lors de son développement et par un professionnel de la PI afin de limiter le risque de contrefaçon.
- 15 Présentation au client de la nouvelle campagne publicitaire incluant un nouveau nom de produit protégeable par le droit des marques, une mascotte protégeable par le droit des marques, le droit des dessins et modèles et, si elle est originale, par les droits d'auteur.
- 16 Affiche publicitaire protégée par droits d'auteur. L'agence s'est assurée en amont de détenir l'ensemble des droits pour les différents usages prévus pour cette campagne marketing.
- 17 Version audio-visuelle de la campagne publicitaire : la musique et la vidéo sont protégeables par les droits d'auteur et droits voisins. Certains droits sur ces œuvres sont gérés par un organisme de gestion collective (p.ex. SACEM Luxembourg pour les œuvres musicales).
- 18 « Book » des créations d'Eric, stagiaire, dont les éléments peuvent être protégés par les droits d'auteur et/ou le droit des dessins ou modèles communautaires non enregistrés. En outre, le contrat de stage d'Eric contient des clauses de confidentialité et de PI relatives aux créations réalisées dans le cadre de son stage.
- 19 Créations réalisées par l'agence pour des clients antérieurs et protégées par différents droits de PI. L'agence les utilise à titre de référence client avec l'accord de ces derniers.
- 20 Figurine réalisée pour un précédent client, protégée par droits d'auteur si elle est originale. Cette figurine est également enregistrée à titre de dessin et modèle, et à titre de marque tridimensionnelle (marque 3D).

- 21 Dessin ou modèle enregistré protégeant l'apparence de l'interface graphique du logiciel ou du site Internet. Les icônes peuvent également être enregistrés à titre de marque (figurative), de dessin ou modèle et, s'ils sont originaux, protégés par les droits d'auteur.
- 22 Ressources numériques (photos, icônes, vidéos, sons, musiques,...) utilisée conformément aux licences correspondantes des banques de données ou aux contrats conclus avec les détenteurs de droits. L'agence s'est assurée de pouvoir en autoriser l'utilisation par ses clients.
Développements logiciels protégés par droits d'auteur que l'agence souhaite garder pour des projets futurs et qu'elle propose sous forme de licence non-exclusive.
- 23 Lors de ses développements, l'agence s'assure du respect des conditions d'utilisation des logiciels et éléments de code repris de tiers (p.ex. licences ouvertes, usages académiques ou commerciaux...)
Certaines contributions techniques du logiciel peuvent également être protégées par un brevet.
- 24 Community manager pour ses clients, Karl crée également des contenus protégés par les droits d'auteur ou les droits voisins. Il a pris soin de vérifier les clauses de PI des réseaux sociaux sur lesquels il partage ses créations et celles de ses clients.
- 25 Un annonceur veut utiliser une création de l'agence dans le métavers. Il contacte Noémie pour négocier une extension des autorisations pour ces nouveaux usages en contrepartie d'une rémunération supplémentaire.