

VALEURS AJOUTÉES[®]

le Mag des Entreprises

NUM.138 | 08 AVRIL 2024

5 ÉTAPES CLEFS POUR CRÉER VOTRE MAISON DE PRODUCTION CINÉMA

**LUCIE MEMBA BOS/
FOUNDER LMB PROD**

Est-il légal de brader?
Les vérités surprenantes
de la vente à perte !



0 35545 62336 78 1

www.valeursjouteeslemag.com



MOT DU MAGAZINE

Chers lecteurs,

C'est avec grand plaisir que nous vous présentons le dernier numéro de notre E-Magazine VALEURS AJOUTÉES, le numéro 138. Dans cette édition captivante, nous vous invitons à explorer les sujets suivants :

- "Est-il légal de brader ? Les vérités surprenantes de la vente à perte !"
- "Top 10 des tactiques de domination de marché à éviter !"
- "Abus de processus juridique : les dessous d'une pratique controversée."

Nous sommes également honorés d'accueillir **Lucie MEMBA BOS, fondatrice de LMB PROD**, en tant qu'invitée spéciale de ce numéro. Son expertise et son expérience apporteront un éclairage unique sur l'industrie de la production audiovisuelle.

Nous espérons que vous apprécierez la richesse des contenus proposés dans ce numéro et que vous en retirerez des informations précieuses.

Bonne lecture !

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marlyse'.

Marlyse NDJENGA
DIRECTRICE DE PUBLICATION

DANS CE NUMÉRO

- 4** Attention : L'absence de distinctivité peut priver les entrepreneurs de droits exclusifs sur leur marque.
- 9** Est-il légal de brader? Les vérités surprenantes de la vente à perte !
- 10** Top 10 des tactiques de domination de marché à éviter !
- 13** Qu'est-ce que l'abus de procédure juridique ?
- 15** L'invité du Magazine
Lucie MEMBA BOS/ FOUNDER LMB PROD



Salon International de l'agriculture,
de l'élevage et de l'agro-industrie

DU 20 AU 23 MAI 2024

Palais des expositions
SAFEX - Alger - Algérie

SIPSA
FILAHA

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE,
DE L'ÉLEVAGE ET DE L'AGRO-INDUSTRIE
20 > 23 MAI 2024
PALAIS DES EXPOSITIONS - SAFEX, ALGER - ALGERIE
COÏNCIDE AVEC
Afrika **DJAZA & UA**
AgroFood

Valeurs ajoutées MAGAZINE

OAPI NEWS

By **VALEURS AJOUTÉES**[®]
Le Mag des Entreprises



**ATTENTION : L'ABSENCE DE DISTINCTIVITÉ
PEUT PRIVER LES ENTREPRENEURS DE
DROITS EXCLUSIFS SUR LEUR MARQUE**



L'IMPORTANCE DE LA DISTINCTIVITÉ POUR L'ENREGISTREMENT D'UNE MARQUE À L'OAPI

La marque doit être distinctive en ce sens qu'elle ne doit pas décrire ou être la désignation nécessaire du produit couvert.

Lorsqu'il s'agit de choisir une marque pour vos produits ou services, il est crucial de comprendre l'importance de la distinctivité. Une marque distinctive est celle qui peut être facilement identifiée par les consommateurs comme une source spécifique de produits ou de services, ce qui les distingue de ceux d'autres entreprises.

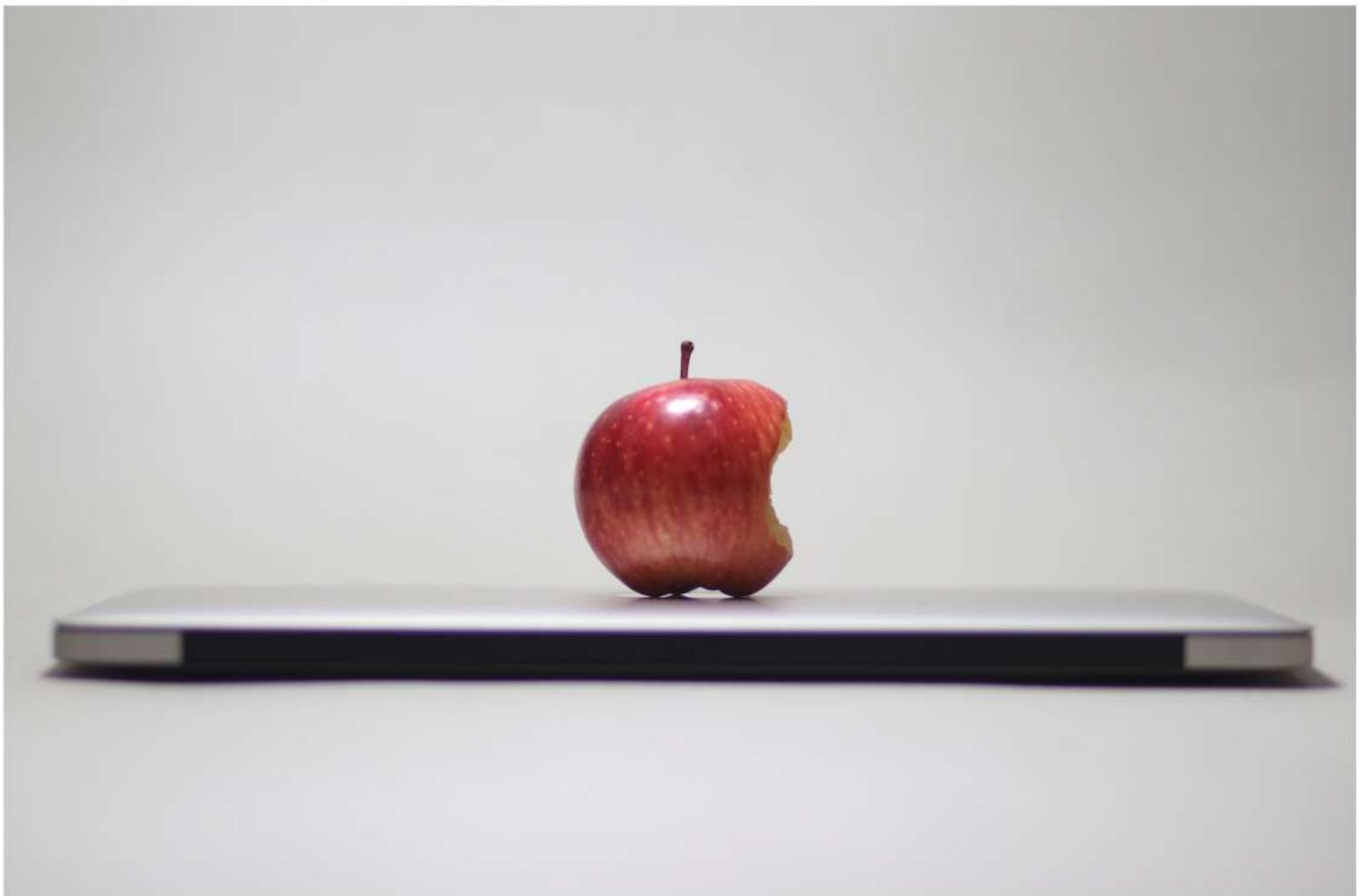
Pour qu'une marque soit considérée comme distinctive, elle ne doit pas être générique ou descriptif du produit ou service qu'elle représente. Une marque générique est un terme qui est devenu si commun pour désigner un type de produit ou service qu'il ne peut plus être protégé comme marque car il est devenu le nom du produit ou service lui-même. Par exemple, "Chaise" pour désigner des chaises ne peut pas être une marque car c'est le terme commun pour ce produit.

De même, une marque descriptive fournit directement des informations sur la nature, la qualité, les caractéristiques, la fonction, ou le but des produits ou services. Les marques descriptives ne sont généralement pas protégeables à moins qu'elles n'aient acquis une signification secondaire. La signification secondaire se produit lorsque le public en vient à identifier la marque descriptive avec un seul fournisseur de produits ou services au fil du temps.

Prenons l'exemple de la marque "APPLE" pour illustrer ces concepts. Si une entreprise essayait d'enregistrer le mot "APPLE" comme marque pour vendre des pommes ou des produits dérivés de la pomme, elle se heurterait à des difficultés. Dans ce cas, "APPLE" est simplement la désignation anglaise pour "pomme", et utiliser ce terme ne permettrait pas de distinguer les produits de cette entreprise de ceux d'autres producteurs de pommes. En conséquence, "APPLE" serait considéré comme générique ou descriptif pour des pommes et ne pourrait pas être enregistré comme marque dans cette catégorie de produits.

En revanche, la marque "APPLE" est célèbre pour désigner des produits électroniques, tels que des ordinateurs et des smartphones. Dans ce contexte, "APPLE" n'a aucune relation descriptive avec les produits électroniques et est donc considéré comme distinctif et éligible à la protection

**LA MARQUE DOIT ÊTRE
DISTINCTIVE EN CE
SENS QU'ELLE NE DOIT
PAS DÉCRIRE OU ÊTRE
LA DÉSIGNATION
NÉCESSAIRE DU
PRODUIT COUVERT.**



Lorsque la marque enregistrée à l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) n'est pas considérée comme distinctive, elle risque d'être rejetée lors de la procédure d'enregistrement. En d'autres termes, si la marque est jugée générique ou descriptive, elle ne sera pas admissible à la protection en tant que marque.

La conséquence directe de l'absence de distinctivité est le refus d'enregistrement de la marque par l'OAPI. Cela signifie que le demandeur ne bénéficiera pas des droits exclusifs associés à une marque enregistrée, tels que la protection contre l'utilisation non autorisée par des tiers.

ATTENTION : L'ABSENCE DE DISTINCTIVITÉ PEUT PRIVER LES ENTREPRENEURS DE DROITS EXCLUSIFS SUR LEUR MARQUE !



Il est donc crucial pour les demandeurs de marques de s'assurer que la marque qu'ils souhaitent enregistrer est distinctive et ne décrit pas directement les produits ou services qu'elle représente. En cas de doute sur la distinctivité d'une marque, il est recommandé de consulter un professionnel de la propriété intellectuelle ou un avocat spécialisé dans ce domaine pour obtenir des conseils appropriés.



Afrika[®] Food Export

20 . 23 MAI 2024

SALON INTERNATIONAL DES INDUSTRIES
AGRO-ALIMENTAIRES, STOCKAGE ET LOGISTIQUE
PALAIS DES EXPOSITIONS - SAFEX - ALGER



**N'attendez plus pour exposer au salon AFRIKA FOOD EXPORT
et rencontrez les bons partenaires dans le secteur de l'agro-industrie en Afrique !**

Même lieu - même date :

SIPSA[®]
FILÀHÀ
AGROFOOD
9^{ème} SALON INTERNATIONAL
DE L'AGRICULTURE, DE L'ÉLEVAGE
ET DE L'AGRO-INDUSTRIE

DJAZAUA[®]
9^{ème} SALON DE LA PÊCHE
DURABLE & DES PRODUCTIONS
HALIEUTIQUES

**RÉSERVEZ DÈS MAINTENANT
VOTRE STAND!**

EST-IL, LÉGAL DE BRADER? LES VÉRITÉS SURPRENANTES DE LA VENTE À PERTE !

Il est important de consulter la législation locale ou de demander conseil à un expert juridique pour comprendre les règles spécifiques applicables à la vente à perte dans une juridiction donnée.

La vente à perte, qui consiste à vendre un produit ou un service à un prix inférieur à son coût d'achat ou de production, est réglementée différemment selon les juridictions. Dans de nombreux pays, la vente à perte est restreinte ou interdite, surtout si elle est pratiquée dans l'intention de nuire à la concurrence ou de pratiquer du dumping sur le marché.

En Europe, par exemple, la vente à perte est généralement interdite si elle a pour but de faire sortir des concurrents du marché. Aux États-Unis, la réglementation peut varier d'un État à l'autre, mais la vente à perte est souvent autorisée sauf si elle est utilisée de manière anticoncurrentielle.

Dans certains pays africains, les lois sur la concurrence peuvent également interdire la vente à perte, surtout si elle est utilisée comme une stratégie anticoncurrentielle. Toutefois, il peut y avoir des exceptions pour des liquidations de stock autorisées, des promotions saisonnières, ou d'autres circonstances particulières.





TOP 10 DES TACTIQUES DE DOMINATION DE MARCHÉ À EVITER !

Les pratiques abusives d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises en position dominante sur le marché sont des comportements qui exploitent leur pouvoir de marché pour restreindre la concurrence, nuire aux consommateurs ou maintenir leur domination de manière injuste. Ces pratiques sont généralement interdites ou réglementées par les lois antitrust et de la concurrence dans de nombreuses juridictions. Voici quelques exemples de telles pratiques :

TOP 10 DES TACTIQUES DE DOMINATION DE MARCHÉ À EVITER !



1. **Fixation des prix** : Imposer des prix de vente ou des conditions commerciales injustes ou non compétitives.
2. **Limitation de la production** : Réduire délibérément la production ou la distribution pour créer une pénurie et augmenter les prix.
3. **Discrimination de prix** : Appliquer des conditions tarifaires différentes à des acheteurs similaires sans justification légitime.
4. **Vente liée** : Forcer les clients à acheter un produit secondaire pour pouvoir acheter le produit principal.
5. **Refus de vente** : Refuser de vendre ou de fournir des biens ou des services à certaines entreprises ou consommateurs sans justification valable.



TOP 10 DES TACTIQUES DE DOMINATION DE MARCHÉ À ÉVITER !

6. **Exclusivité** : Obliger ou inciter les partenaires commerciaux à ne pas traiter avec les concurrents.

7. **Prix prédateurs** : Fixer des prix anormalement bas, souvent en dessous des coûts, pour éliminer les concurrents, puis augmenter les prix une fois la concurrence réduite.

8. **Imposition de barrières à l'entrée** : Mettre en place des obstacles pour empêcher de nouveaux concurrents d'entrer sur le marché.

9. **Abus de processus juridique** : Utiliser des procédures légales de manière abusive pour harceler ou intimider les concurrents. Nous reviendrons sur ce point plus bas.

10. **Subventions croisées** : Utiliser les bénéfices d'un secteur d'activité pour subventionner les prix dans un autre, dans le but d'évincer la concurrence.

L'abus de processus juridique, également connu sous le nom de "litigation abuse" ou "abusive litigation", se produit lorsqu'une entreprise engage des actions en justice de manière répétée et stratégique contre un concurrent dans le but non pas de gagner le litige sur le fond, mais plutôt de l'épuiser financièrement ou de le distraire de ses activités commerciales. Cela peut impliquer le dépôt de plaintes sans fondement, l'émission de nombreuses demandes de documents ou d'autres tactiques dilatoires.

Voici un exemple hypothétique illustrant l'abus de processus juridique :

Imaginons une grande entreprise A qui détient une part de marché significative dans l'industrie des technologies. Une petite entreprise B émerge et propose un produit innovant qui commence à attirer l'attention des clients de l'entreprise A. Pour freiner la croissance de l'entreprise B, l'entreprise A engage une série de procès contre B pour violation de brevet, bien que les allégations soient très faibles ou sans fondement légitime. L'entreprise A a les ressources pour soutenir un long combat juridique, tandis que l'entreprise B, beaucoup plus petite, est contrainte de dépenser des sommes considérables en frais de justice et en temps de gestion, ce qui entrave sa capacité à faire des affaires et à innover. Même si l'entreprise B gagne finalement les cas, le processus lui-même peut causer des dommages financiers et opérationnels importants, ce qui était l'intention de l'entreprise A dès le départ.

Cet exemple montre comment l'abus de processus juridique peut être utilisé comme une arme anticoncurrentielle pour maintenir ou renforcer une position dominante sur le marché.

QU'EST-CE QUE L'ABUS DE PROCEDURE JURIDIQUE ?





TENCIM MARKET
vos marques à meilleurs prix



SPECIAL
PROMO

Jusqu'à **20%**
de remise
Sur nos Electroménagers



~~155 000 Fcfa~~
90 000 Fcfa

Info **Contact : 6 58 82 09 77**
Yaoundé, Avenue Narvik Djeuga Palace en face du Boukarou Lounge

LUCIE MEMBA BOS

CEO LMB PROD

Lucie Memba Bos est une actrice camerounaise reconnue pour son talent et sa polyvalence. Née à au Cameroun, elle a su se frayer un chemin dans le monde cinématographique africain et international grâce à sa passion pour l'art dramatique. Ses performances sont souvent saluées pour leur authenticité et leur capacité à captiver le public. Outre sa carrière d'actrice, Lucie est également une entrepreneuse engagée. Elle a fondé sa propre marque de mode, « La Fée Lucie », qui reflète son amour pour la mode et son désir de valoriser l'artisanat local. Passionnée par les questions sociales, Lucie s'implique dans diverses causes humanitaires, notamment en faveur des enfants, des femmes et des albinos. Sa passion pour le cinéma, la mode et son engagement social font d'elle une personnalité inspirante dans le paysage culturel africain.

L'invité du Mag



PEUT ON REUSSIR DANS LE MONDE DU CINEMA AFRICAIN EN TANT QUE FEMME SANS DONNER SON CORPS ?



LUCIE MEMBA BOS
FOUNDER LMB PROD

**CES SUCCÈS
ILLUSTRENT LA
POSSIBILITÉ DE
CHANGER LA
NARRATIVE**

Dans le monde du cinéma africain, comme dans de nombreux autres secteurs, la question du succès pour les femmes sans avoir à recourir à des compromis personnels préoccupants est complexe et nécessite une réflexion nuancée. Il est important de reconnaître que l'industrie cinématographique, non seulement en Afrique mais partout dans le monde, est confrontée à des défis en termes d'égalité des sexes, de représentation et de respect des droits des femmes. Néanmoins, il est tout à fait possible de réussir dans le cinéma africain en tant que femme sans avoir à donner son corps. Le talent, la persévérance, la formation continue, le réseautage professionnel et le soutien de mentors et de communautés solidaires sont des facteurs clés de succès. De plus en plus de femmes africaines cinéastes, productrices, scénaristes et actrices brisent les barrières et bâtissent des carrières impressionnantes basées sur leur compétence, leur créativité et leur détermination. Ces succès illustrent la possibilité de changer la narrative et d'œuvrer pour un environnement professionnel plus respectueux et inclusif pour toutes et tous.



LUCIE MEMBA BOS
FOUNDER LMB PROD

Pour réussir à vendre un film télévisé, il est crucial d'élaborer une stratégie marketing efficace et bien ciblée. Premièrement, il est important de bien comprendre votre public cible et d'identifier les plateformes où il est le plus susceptible de consommer du contenu. Une bande-annonce captivante et de haute qualité est essentielle pour susciter l'intérêt; elle doit mettre en avant les éléments les plus attrayants de votre film sans tout dévoiler. La présence sur les réseaux sociaux est également incontournable pour créer un buzz autour de votre projet. N'hésitez pas à collaborer avec des influenceurs ou des célébrités qui pourraient être intéressés par le thème de votre film pour élargir votre portée.

QUELLE STRATÉGIE POUR VENDRE UN FILM TÉLÉ?

En outre, envisagez de participer à des festivals de cinéma ou des événements dédiés aux professionnels de l'industrie pour gagner en visibilité et nouer des contacts précieux. Enfin, une compréhension approfondie du marché et une bonne anticipation des tendances actuelles et futures peuvent vous aider à positionner votre film de manière optimale et à convaincre les distributeurs ou les chaînes de télévision de son potentiel commercial.

Valeurs ajoutées MAGAZINE



TENCIM MARKET
vos marques à meilleurs prix



630 L

355 L

355 L

668 L

SPECIAL

PROMO

Jusqu'à **10%**
de remise Sur nos
Electroménagers



Contact : **658 82 09 77**

DJEUGA PALACE HOTEL, Face BOUKAROU LOUNGE

LA PREMIERE FOIS DEVANT LES CAMERAS, AVEZ-VOUS EU PEUR ?

Vous savez, la première fois devant les caméras j'ai ressenti un mélange d'excitation et de nervosité, une réaction commune chez beaucoup d'acteurs débutants. La première expérience devant l'objectif peut être intimidante, car elle combine la pression de performer avec le désir de faire bonne impression devant l'équipe de production et potentiellement un large public.

Comme dans toute carrière, l'expérience et la pratique tendent à atténuer la peur et à augmenter la confiance en soi, permettant à l'artiste de s'épanouir pleinement dans son art.



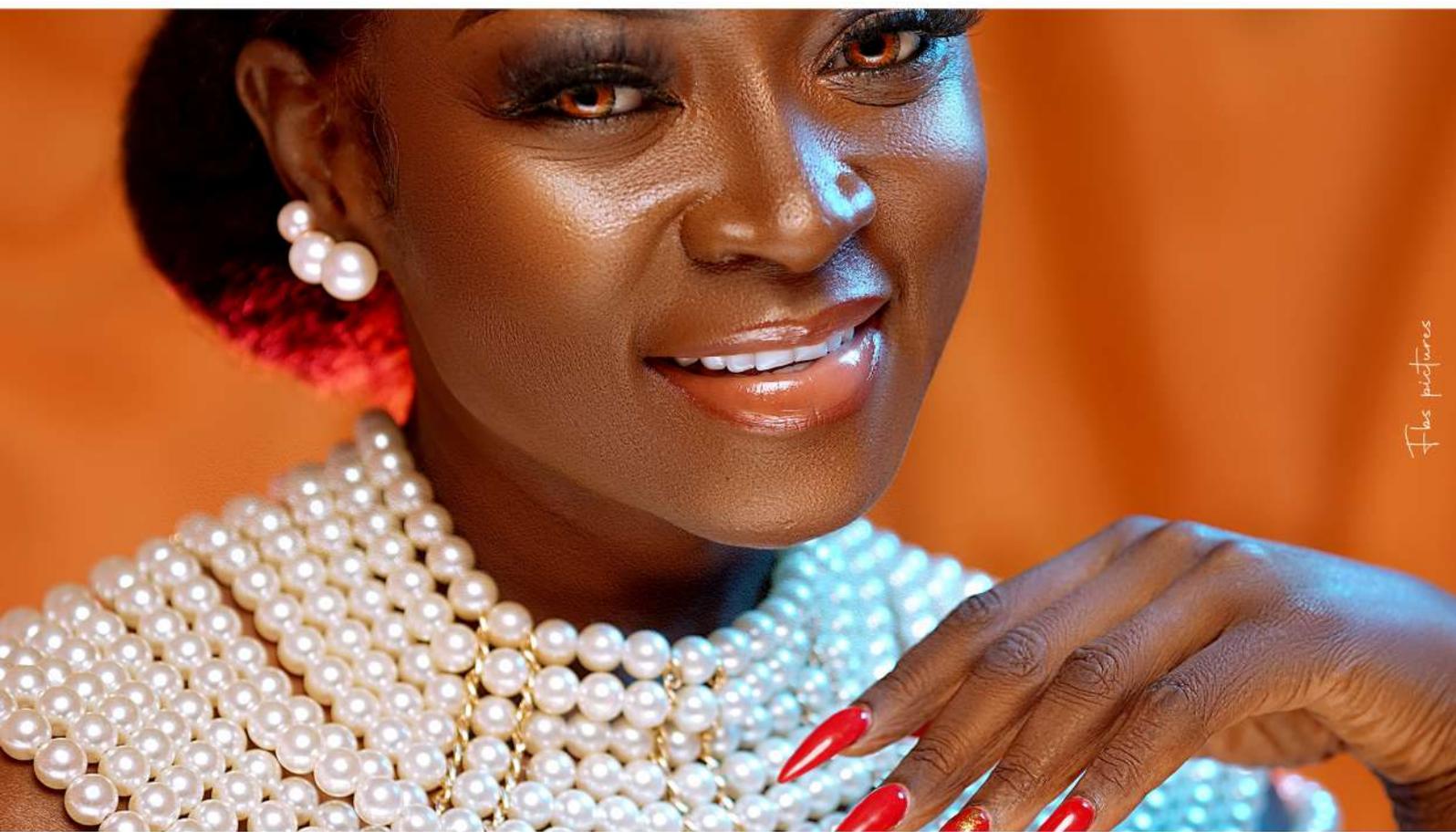
LUCIE MEMBA BOS
FOUNDER LMB PROD

STRATEGIE QUE VOUS UTILISEZ POUR REUSSIR VOTRE RÔLE D'ACTRICE



Pour se fondre dans son rôle d'acteur, il est essentiel de s'immerger totalement dans le personnage. Cela commence par une compréhension profonde de son histoire, ses motivations, ses désirs, et ses peurs. Je me plonge dans le script, je cherche des détails qui m'aident à me connecter avec le personnage sur un plan émotionnel. La méthode de Stanislavski, qui encourage à utiliser ses propres souvenirs et émotions pour donner vie au personnage, peut être particulièrement utile. En outre, l'observation des personnes dans la vie réelle qui partagent des traits similaires avec mon personnage peut me fournir des insights précieux. N'oubliez pas non plus qu'un acteur doit beaucoup travailler sur l'importance du langage corporel et de la voix pour véhiculer les subtilités de son personnage. Enfin, j'essaie d'avoir une collaboration étroite avec le réalisateur et les autres acteurs, ce qui contribue à affiner mon interprétation et à me sentir véritablement intégré dans mon rôle.

LA MÉTHODE DE STANISLAVSKI, QUI ENCOURAGE À UTILISER SES PROPRES SOUVENIRS ET ÉMOTIONS POUR DONNER VIE AU PERSONNAGE, PEUT ÊTRE PARTICULIÈREMENT UTILE



DOMINEZ L'INDUSTRIE DU DIVERTISSEMENT EN 5 ÉTAPES SIMPLES : CRÉEZ VOTRE PROPRE EMPIRE DE PRODUCTION CINÉMA MAINTENANT !

LUCIE MEMBA BOS
FOUNDER LMB PROD

LA CRÉATION D'UNE MAISON DE PRODUCTION, CINÉMA OU DE CONTENU MULTIMÉDIA, IMPLIQUE PLUSIEURS ÉTAPES CLÉS. JE VOUS DONNE POUR MA PART LES GRANDES ÉTAPES POUR CRÉER UNE MAISON DE PRODUCTION :

Créer une maison de production implique plusieurs étapes clés pour assurer son bon fonctionnement et sa réussite sur le marché. Tout d'abord, il est essentiel de définir précisément le type de contenu que vous souhaitez produire (films, séries télévisées, documentaires, etc.) et d'identifier votre public cible.

VALEURS AJOUTÉES[®]

le Mag des Entreprises

ASSUREZ-VOUS CONSTAMMENT
QUE LES PROJETS DE
PRODUCTION RESTENT DANS
LES DÉLAIS ET LES BUDGETS
PRÉVUS.

**LUCIE
MEMBA
BOS**

Founder LMB PROD

PENJOSTUDIOS

L'invité du MAG

Lucie MEMBA BOS

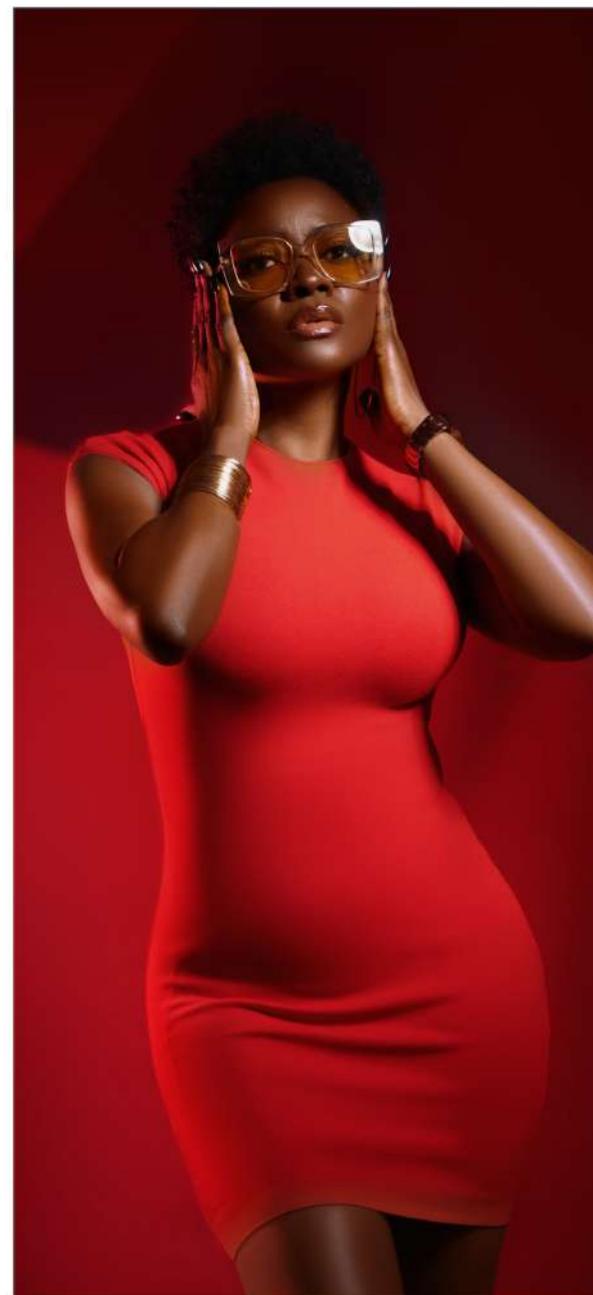
DOMINEZ L'INDUSTRIE DU DIVERTISSEMENT EN 5 ÉTAPES SIMPLES : CREEZ VOTRE PROPRE EMPIRE DE PRODUCTION CINEMA MAINTENANT !

Ensuite, la rédaction d'un plan d'affaires détaillé est cruciale; ce document doit inclure une analyse de marché, une stratégie de financement car ce n'est pas facile, une structure organisationnelle (une équipe vraiment compétente), ainsi qu'une stratégie marketing et de distribution.

Après cela, il faut s'assurer d'obtenir les financements nécessaires, que ce soit par des investissements personnels, des prêts bancaires ou des subventions. J'ai également bénéficié des prêts de tontines et d'amis dans mon expérience personnelle.

Il est également important de procéder à l'enregistrement légal de votre entreprise et de vous assurer que vous respectez toutes les réglementations en vigueur dans votre pays, y compris les droits d'auteur et les licences nécessaires. Le **cabinet FISCAL.COM** m'a beaucoup aidé dans mes débuts au Cameroun.

Par la suite, le recrutement d'une équipe talentueuse et passionnée par le projet est essentiel pour donner vie à vos idées. Enfin, nouer des partenariats avec d'autres producteurs, distributeurs, et chaînes de télévision ou plateformes de streaming peut grandement contribuer à la réussite de votre maison de production. Chaque étape requiert une attention particulière pour bâtir une fondation solide pour votre entreprise de production.



Abonnez vous au Magazine VALEURS AJOUTÉES



**VISITEZ
VALEURS
AJOUTÉES EN LIGNE**

WWW.VALEURSAJOUTEESLEMAG.COM



+237 699-48-83-27