

## L'image du festival de cannes n'est pas libre de droits

[PUBLICITE]

*TGI Paris 3<sup>ème</sup> Ch., 3<sup>ème</sup> sect., 07 juin 2013, n° RG 11/07892*

La protection des évènements est une préoccupation régulière de leurs organisateurs. S'ils souhaitent naturellement qu'un maximum de couverture soit donné à l'évènement par la presse, ils entendent se réserver le choix des partenaires autorisés à y associer leur image, le plus souvent en contrepartie d'un financement.

Faute de protection par le droit d'auteur de l'évènement et compte tenu des conditions posées par la jurisprudence à l'usage d'une dénomination pour la qualifier de contrefaçon de marques, c'est dans la concurrence déloyale que l'organisateur peut trouver une protection.

L'affaire dont a eu à connaître le Tribunal en est une très bonne illustration.

Un site de poker en ligne avait eu l'idée d'assortir l'un de ses tournois, auquel l'inscription était payante, d'un lot consistant en un séjour à Cannes pendant le Festival, assorti de la possibilité pour le gagnant de gravir les marches du Palais des festivals pour assister à une représentation officielle. L'annonce de ce tournoi était matérialisée par l'affichage sur le site d'un bandeau annonçant « Tapis rouge au Festival de Cannes » et accompagnée de présentations valorisant cette « montée des marches parmi les stars ».

Le site de poker avait contracté avec une agence locale pour la location des chambres, des moyens de transport et la mise à disposition des invitations, ignorant sans doute que cette agence n'avait aucune habilitation de l'association organisant le Festival de Cannes et que celui-ci est le seul à pouvoir délivrer des invitations au Festival, celles-ci ne faisant l'objet d'aucune contrepartie financière.

Saisi par l'association organisatrice, le Tribunal écarte la concurrence déloyale, faute de situation concurrentielle entre les parties mais retient la responsabilité du site de poker pour parasitisme en relevant que celui-ci a tiré partie de la notoriété du Festival de Cannes pour promouvoir son tournoi. Le Tribunal retient également le préjudice d'image du Festival dès lors que les internautes ont pu croire à un partenariat officiel. Il écarte l'argument tiré des jeux concours organisés par la société Canal Plus en relevant que celle-ci est un partenaire officiel du Festival et qu'elle propose de gagner des invitations sans obligation d'achat ni contrepartie financière et avec l'accord du Festival.

Le Tribunal retient la responsabilité in solidum de l'agence à laquelle il ordonne, sous astreinte, de cesser tout commerce d'invitations pour les manifestations organisées à l'occasion du Festival de Cannes. Il accueille également, avec une certaine bienveillance, la demande de garantie du site de poker à l'encontre de l'agence pour l'ensemble des condamnations prononcées alors que l'intervention de celle-ci s'était limitée à la vente des séjours et des invitations.

Eric LAUVAUX