

## L'atteinte aux symboles olympiques

[MARQUES]

*TGI Paris, 3<sup>ème</sup> Ch., 3<sup>ème</sup> Sect., 13 juin 2014*

Dans cette affaire, le tribunal fait une application restrictive de la protection spécifique conférée par la loi du 6 juillet 2000 aux termes « Jeux Olympiques » ou « Olympiade », mais condamne sur le fondement du parasitisme le fait d'avoir utilisé des termes imitants aux fins de bénéficier de la renommée mondiale de l'évènement sportif.

Le CNOSF avait assigné en contrefaçon les trois codéfendeurs pour avoir commercialisé en avril 2012, sans autorisation, un modèle de chaussure de sport dénommée « Joakim Noah 3.0 le rêve olympique », sur lesquelles les couleurs des anneaux olympiques étaient reproduites au niveau de la semelle ainsi que sur les revers de la languette.

Le Comité Olympique français invoquait au soutien de son action plusieurs fondements :

- les dispositions spécifiques de l'article L141-5 du code du Sport instituant un régime de protection autonome des termes « Jeux Olympiques » et « Olympiade » ;
- l'atteinte à la marque notoirement connue visée à l'article L.715-3 du code de la Propriété Intellectuelle ;
- l'atteinte à sa dénomination sociale sur le fondement de l'article 1382 du code Civil ;
- et des actes de parasitisme fondés sur la notoriété de l'évènement mondial.

Les juges du fond vont rejeter les arguments fondés sur la propriété des termes « Jeux Olympiques » et « Olympiade », sur le droit des marques et sur l'atteinte à la dénomination sociale pour ne retenir en l'espèce que les actes de parasitisme.

En premier lieu, le tribunal relève que seuls les deux termes « Jeux Olympiques » et « Olympiade » bénéficient de la protection autonome instaurée par l'article L141-5 du code du Sport et sont la propriété du CNOSF. En outre, si l'article L.141-5 du code du Sport sanctionne également l'imitation de ces termes, les juges du fond rappellent qu'il appartient de démontrer l'existence d'un risque de confusion entre le signe litigieux et les signes protégés, ce qui n'a pas été le cas en l'espèce.

En second lieu, le tribunal juge que l'adjectif « olympique » constitue en lui-même une marque d'usage notoire au sens de l'article 6 de la Convention de Paris pour désigner ou faire référence à l'évènement sportif mondial que sont les Jeux olympiques organisés par le CIO. A cet égard, l'argument des défendeurs sur la dégénérescence des marques au motif qu'elles seraient entrées dans le langage courant compte tenu du nombre important de dénominations sociales de sociétés ou de club sportifs ou de titres de livre comportant ces termes, est écarté par le tribunal. Ce dernier relève d'une part que les dénominations sociales produites aux débats sont en lien avec le CNOSF et d'autre part, que l'usage de l'adjectif « Olympique » dans des titres de livres relève de la liberté d'expression et d'information et n'entraîne en conséquence aucune dégénérescence.

Les juges déboutent néanmoins le CNOSF de sa demande fondée sur l'atteinte à la marque notoire à défaut d'avoir démontré l'exploitation injustifiée ainsi que le comportement fautif tirant indument profit du caractère distinctif et de la renommée.

En troisième lieu, l'atteinte à la dénomination du comité national olympique et sportif français est également écartée aux motifs que (i) le comité ne démontre pas que sa dénomination et notoirement connue du public français et que l'adjectif « Olympique » suffirait à l'évoquer auprès de celui-ci, (ii) que la dénomination sociale comporte d'autres éléments importants renvoyant au caractère national qui ne sont pas repris par les termes litigieux et (iii) que le signe en cause renvoie à un produit commercial, domaine d'activité distinct de celui du CNOSF qui a pour mission le respect de la Charte olympique et la représentation du sport.

La mise en ligne et l'offre à la vente des chaussures « Joakim Noah 3.0 le rêve olympique » reproduisant les couleurs de l'Olympisme sont en revanche jugées comme constituant un comportement visant à s'insérer dans le sillage des Jeux Olympiques de Londres et à bénéficier de la renommée et de l'image fortement positive de la manifestation. Plusieurs éléments ont concouru à démontrer l'existence des actes de parasitisme :

- l'usage de la combinaison des 5 couleurs dans le même ordre, associé aux termes « rêve olympique » et à l'athlète Joakim Noah, alors que la présentation des chaussures a eu lieu moins de 3 mois avant le début de la manifestation ;
- l'existence de partenaires qui investissent des sommes importantes pour avoir le droit de bénéficier de la renommée de l'évènement ;
- les faibles quantités de chaussures à vendre, dans le but de faire parler de la marque associée à l'évènement.

Il sera relevé que seule la société titulaire du nom de domaine qui édite le site sur lequel les produits étaient proposés a été condamnée. La responsabilité des deux autres sociétés est, à juste titre, écartée au motif qu'il n'est pas démontré qu'elles auraient participé à la commercialisation ou à la communication relative au modèle de chaussure en cause malgré les liens économiques entre elles qui ont été jugés insuffisants pour démontrer un rôle personnel.