

Histoire de la défense des marques Olympiques en France et dans le monde

Petite révolution dans le paysage audiovisuel le 1^{er} août 2012 : pour la 1^{ère} fois depuis 14 ans, les audiences du 20 Heures de France 2 devançant celles du rival TF1. Comment expliquer cet épiphénomène médiatique ? La chaîne publique est boostée par la retransmission des Jeux Olympiques de LONDRES 2012 et ses 40 millions de spectateurs. Après tout, les Anneaux Olympiques ne sont-ils pas la marque sportive la plus puissante, reconnue par 94% des personnes interrogées à travers le monde ? Par Thibault Lachacinski et Fabienne Falgenbaum, NFLAW, Avocats à la Cour



La protection mondiale du symbole Olympique

Imaginé en 1913 par le Baron Pierre de Coubertin, les Anneaux Olympiques symbolisent l'union des 5 continents et la rencontre des athlètes du monde entier aux Jeux Olympiques. Ils identifient ainsi, aux yeux du public, la manifestation

sportive organisée par une association de droit suisse, le Comité International Olympique (CIO).

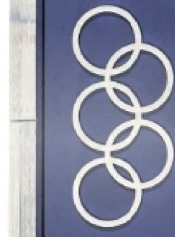
A la consultation des registres, il est intéressant de constater que la marque française correspondante a été déposée dès le mois de février 1976 alors que la marque suisse servant de base à l'enregistrement international date d'août 1977. Quoi qu'il en soit, ce signe est désormais protégé à titre de marque dans la quasi-intégralité des pays du monde.

Dans le même temps, le Traité de Nairobi concernant la protection du symbole Olympique (adopté le 26 septembre 1981 sous l'égide de l'OMPI) qui réunit actuellement une cinquantaine de parties contractantes)

protège les Anneaux contre toute utilisation à des fins commerciales sans l'autorisation du CIO. Toutefois, la France n'y est pas partie, lui ayant préféré l'adoption d'une Loi ad hoc.

Les marques Olympiques, une histoire française.

La décision de faire renaitre les Jeux d'Olympie dans une version moderne - d'où le néologisme « Jeux Olympiques » - a été prise en juin 1984, dans le grand amphithéâtre de la Sorbonne, à l'initiative de Pierre de Coubertin. Sans surprise, le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) a su se montrer digne de cet héritage Olympique, dont il est incontestablement l'un des plus fervents défenseurs à travers le monde. Depuis des décennies, il



assuré - avec succès - la protection des Propriétés Olympiques devant les juridictions françaises et défendu avec ardeur le territoire Olympique.

L'arsenal juridique dont il dispose à cet effet apparaît des plus efficaces et dissuasifs. Le CNOSF bénéficie naturellement des dispositions du droit commun des marques, qui lui permettent de faire interdire tout usage non autorisé des signes Olympiques. La notoriété attachée aux Propriétés Olympiques (notamment rappelée à l'occasion de la saga « OLYMPRIX ») lui permet ensuite de bénéficier de la protection renforcée des marques renommées / notoirement connues, par-delà le principe de la spécialité. Les dispositions de la responsabilité civile de droit commun (article 1240 du Code civil) lui assurent enfin une protection efficace contre les comportements parasitaires dits d'ambush marketing.

Les marques Olympiques, un statut exceptionnel

Très tôt conscient de la portée symbolique sans égale des Propriétés Olympiques, tant sur le plan sportif que d'un point de vue économique et social, le Législateur français a entendu leur octroyer un régime

de protection exceptionnel, par la force même de la Loi et nonobstant l'absence d'enregistrement. Supportée par la réussite des Jeux Olympiques d'Albertville et de la Savoie, la Loi du 16 juillet 1984 a été modifiée par la Loi du 6 juillet 2000, qui leur confère désormais le statut unique de « marques légales ».

L'article L.141-5 du Code du sport prévoit donc que le CNOSF est propriétaire des emblèmes, entre autres, des anneaux et du drapeau, de la devise et du symbole Olympiques. Le fait de déposer à titre de marque, de reproduire, d'imiter, d'apposer, de supprimer ou de modifier les Propriétés Olympiques, sans l'autorisation du CNOSF, est dès lors puni des peines de la contrefaçon. Le 15 septembre 2009, la Cour de cassation a expressément reconnu le caractère « autonome » de ce régime de protection, libéré des contraintes traditionnelles du droit des marques.

Au gré des procédures, le CNOSF a également su faire reconnaître que l'acronyme « JO » constitue l'abréviation notoire des « Jeux Olympiques », dont il permet l'identification. Cette jurisprudence a ensuite été consacrée par la Loi du 26 mars 2018 rela-

LE CNOSF BÉNÉFICIE NATURELLEMENT DES DISPOSITIONS DU DROIT COMMUN DES MARQUES, QUI LUI PERMETTENT DE FAIRE INTERDIRE TOUT USAGE NON AUTORISÉ DES SIGNES OLYMPIQUES.

tive à l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, qui a expressément intégré l'abréviation « JO » parmi les Propriétés Olympiques protégées par les dispositions de l'article L.141-5 précité.

L'histoire de la défense des marques Olympiques s'inscrit sur le temps long (plus d'un siècle !), marquée par des avancées progressives ayant permis de renforcer le régime de protection des propriétés Olympiques. Telle la quête de la médaille du même nom, ces dernières restent toujours objet de convoitises... A suivre ! ■