



HAL
open science

Loi pour Paris 2024 : commentaire critique de l'article 3

Jean-Michel Marmayou

► **To cite this version:**

Jean-Michel Marmayou. Loi pour Paris 2024 : commentaire critique de l'article 3. Les cahiers de droit du sport, 2019, 50, pp.101. hal-04441923

HAL Id: hal-04441923

<https://amu.hal.science/hal-04441923v1>

Submitted on 6 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Loi pour Paris 2024 : commentaire critique de l'article 3



Par Jean-Michel MARMAYOU

Maître de conférences (HDR) à l'Université d'Aix-Marseille

Directeur du Centre de droit du sport d'Aix-Marseille

→ **Mots clés :** Jeux Olympiques - Organisation des manifestations sportives - État - Comité d'organisation des Jeux Olympiques (COJO) - Comité international olympique (CIO) - Comité national olympique et sportif français (CNOSF) - Collectivités territoriales

Un droit vraiment spécial. – Le droit du sport est au confluent de plusieurs branches du droit et, comme la confluence en potamologie, ces rencontres donnent des phénomènes juridiques originaux.

La délégation ministérielle conférée aux fédérations sportives qui disposaient déjà d'un monopole de fait sur leur discipline pour l'avoir structurée spontanément en est une manifestation déjà bien étudiée¹.

L'attribution légale du droit d'exploitation ou compétitions sportives aux fédérations et autres organisateurs en est une autre qui recèle encore quelques mystères.

L'attribution légale de marque en fait aussi partie et la loi n° 2018-202 du 26 mars 2018 relative à l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 vient, avec la volonté affichée de protéger la notoriété des jeux, de donner au phénomène une dimension encore plus remarquable.

Quelques questions de notoriété. – La notoriété des Jeux olympiques est une question centrale de leur organisation. Elle est au cœur du dossier de candidature. Elle est au cœur du Contrat de ville hôte. Nul étonnement à ce qu'elle soit au cœur de la loi olympique du 26 mars 2018.

La notoriété² des jeux est une question essentielle de leur organisation car c'est là que réside l'essentiel de la valeur économique des jeux : c'est cette notoriété que

les partenaires des jeux paient quand ils s'associent à eux dans le cadre du programme de sponsoring. C'est donc essentiellement par elle que les jeux se financent.

Il en résulte assez logiquement que la question de la notoriété des jeux n'est ni une petite question ni une question simple.

Si l'on s'en tient à la matière juridique, elle présente de multiples ramifications et suscite nombre d'interrogations.

La première d'entre elles concerne sa titularité : qui est propriétaire de la notoriété des jeux ?

C'est à première analyse le CIO. Il l'affirme lui-même avec force dans la Charte olympique. Il le martèle dans le contrat de ville hôte qu'il propose aux villes candidates³. Mais ne se présente-t-il pas par ailleurs lui-même en franchiseur lorsqu'il décrit son rôle dans l'organisation des éditions des Jeux ?⁴. Or entre le franchiseur et le franchisé, il peut y avoir une sorte de partage de titularité. Pas nécessairement un démembrement de droits mais la prise en compte du rôle important du franchisé dans la création et la solidification de la notoriété exploitée en commun : une forme de cotitularité.

3 Cf. not. : art 8 (p.13) et 19 (p.18) du Contrat de ville hôte – Principes. – Art. RPP 03 et RPP 04 du Contrat de ville hôte – Conditions opérationnelles, p. 199.

4 La direction du CIO considère que « l'approche franchiseur-franchisé résume bien l'approche du CIO puisque ce dernier reste le propriétaire de la marque olympique et en régit les usages possibles » : G. Felli, « De la complexification des Jeux olympiques : pour une gestion pragmatique », in *Citius, Altius, Fortius*, Mélanges D. OSWALD, HELBING LICHTENHAIN, Bâle, 2012, p.63, spéc. p.76. – Adde : G. RABU, L'organisation du sport par le contrat. Essai sur la notion d'ordre juridique sportif, PUAM 2010, spéc. n° 246 qui évoque l'idée d'une police du réseau commercial. – On trouve le même genre de position, implicitement, dans certaines doctrines américaines : A. SALOUFAKOS-PARSONS, « Going for the "gold": an application of the OECD bribery convention to the olympic games scandal », 31 Cal. W. Int'l L.J. 297, spéc. note 144.

1 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, Droit du sport, 5^e édition, LGDJ 2018, n° 216 et s.

2 Sur cette notion : C.-A. MAETZ, La notoriété - Essai sur l'appropriation d'une valeur économique, PUAM 2010.

Une autre interrogation est relative aux vecteurs de la notoriété car les marques olympiques ne sont pas les seuls. On doit y compter aussi les droits de propriété littéraire et artistiques (affiche, logo, emblèmes, slogan, identité visuelle, charte graphique, etc.) les droits de propriété industrielle (marques, noms commerciaux, enseignes, noms de domaine, etc.) ; tous les droits à cheval entre la propriété littéraire et artistique et la propriété industrielle PLA et la PI (dessins et modèles) ; les droits de diffusion audiovisuelle ; ainsi que toutes les zones physiques d'affichage (panneautique à l'extérieur et à l'intérieur des enceintes sportives, etc.).

On doit aussi s'interroger sur son existence. Sur l'existence et le périmètre de cette notoriété. En effet, si les Jeux olympiques sont indiscutablement notoires, il n'est pas certain que tous les signes par lesquels ils se distinguent soient eux-mêmes notoires. Le sigle olympique des cinq anneaux, la devise olympique, sont effectivement connus d'une très large fraction du public, mais en est-il nécessairement de même par exemple du slogan « *imagine 2024* » ou de l'appellation « *trajectoire2024* » ?

L'interrogation la plus importante n'en reste pas moins celle relative aux moyens permettant de protéger cette notoriété ; les moyens par lesquels le mouvement olympique s'assure que son existence, sa qualité, et sa valeur ne soient pas dégradées, que son exploitation ne profite qu'à son ou ses titulaires, que ceux qui ont payé un droit d'exclusivité sur elle en profitent exclusivement. Protéger la notoriété des jeux constitue la préoccupation première du CIO qui sait que, mal ou pas protégée, la notoriété n'a pas la même valeur économique.

C'est donc habité de cette préoccupation que le CIO règle les questions relatives à la titularité, aux vecteurs et aux modalités d'exploitation de la notoriété des Jeux olympiques.

Attribution et répartition des rôles. – La règle n°7 de la Charte olympique désigne le CIO comme le détenteur de « *tous les droits sur les Jeux olympiques et les propriétés olympiques* », étant précisé que les « *propriétés olympiques* » sont selon la charte « *Le symbole, le drapeau, la devise, l'hymne, les identifications (y compris, mais sans s'y restreindre, «Jeux Olympiques» et «Jeux de l'Olympiade»), les désignations, les emblèmes, la flamme et les flambeaux (ou les torches) olympiques, (...), ainsi que toute œuvre musicale ou audiovisuelle, création ou objet commandés en relation avec les Jeux Olympiques par le CIO, les CNO et/ou les COJO* ».

Le CIO est en conséquence, à première vue, propriétaire des « *propriétés olympiques* » par une auto-attribution.

Il n'en reste pas moins qu'il considère que la protection de ces propriétés ne relève pas de sa mission. Plus précisément il délègue cette charge aux comités nationaux (CNO) et aux différents comités d'organisation des Jeux olympiques (COJO) constitués à travers le monde.

C'est ainsi dans le long et très détaillé texte d'application de la règle 7 de la Charte olympique, que les importants devoirs et les quelques droits des CNO et des COJO sont définis relativement aux propriétés olympiques.

Répartissant justement les attributions, le CIO réclame du CNO local, dès lors qu'une édition des jeux est organisée sur son territoire, qu'il se mette en retrait s'agissant du programme *marketing*, et qu'il laisse les rênes de ce programme au COJO. Cette répartition des rôles se retrouve dans le contrat de ville hôte ainsi que dans le manuel opérationnel qui en est une annexe.

Le COJO doit ainsi soumettre au CIO un « *programme détaillé de protection des droits* » comprenant : un plan de prévention, de contrôle et d'action contre le *marketing* sauvage ; un plan de contrôle et d'action face aux violations de propriété intellectuelle, à la revente de billets au marché noir et aux problèmes de contrefaçon dans le Pays hôte ; une politique de clean site ; un plan de prévention de la piraterie numérique⁵.

Le CIO est un propriétaire mais c'est au COJO que revient la charge de réaliser tous les efforts d'exploitation et de protection. Le CIO met ainsi en place avec la charte olympique, le contrat de ville hôte et toutes ses annexes, une sorte de « *police de son réseau commercial* »⁶.

La loi française, en des termes plus concis, consacre en partie cette répartition en disposant que le CNOSF est « *propriétaire* » des signes olympiques français et « *dépositaire* » de tous les autres signes olympiques, ceux justement que le CIO s'est auto-attribués aux termes de la Charte olympique⁷.

Attribution légale. – L'attribution au CNOSF des signes olympiques s'est réalisée avec la loi n° 84-610 du 16 juillet 1984. Son article 19 contenait ainsi la phrase suivante : « *Le comité est dépositaire du symbole olympique et reconnu propriétaire des emblèmes olympiques* ».

⁵ V. Art. RPP 07 du Contrat de ville hôte – Conditions opérationnelles, p.200.

⁶ Selon l'expression de G. RABU, *L'organisation du sport par le contrat*. Essai sur la notion d'ordre juridique sportif, PUAM 2010, spéc. n° 246.

⁷ La consécration législative française de la répartition des rôles entre le CIO et le CNOSF fonctionne parfaitement en temps normal. Elle est en revanche en décalage avec la répartition spéciale mise en place par le CIO lorsqu'une édition des Jeux olympiques se déroule en France.

L'article 13 de la loi n° 2000-627 du 6 juillet 2000 a revu la rédaction de cette phrase pour allonger la liste et préciser le régime des sanctions : « *Le Comité national olympique et sportif français est propriétaire des emblèmes olympiques nationaux et dépositaire de la devise, de l'hymne, du symbole olympique et des termes "jeux Olympiques" et "Olympiade"*. »

Quiconque dépose à titre de marque, reproduit, imite, appose, supprime ou modifie les emblèmes, devise, hymne, symbole et termes mentionnés à l'alinéa précédent sans l'autorisation du Comité national olympique et sportif français encourt les peines prévues aux articles L. 716-9 et suivants du code de la propriété intellectuelle ».

C'est dans cette formulation que la réservation a été codifiée en 2006 à l'article L. 141-5 du Code du sport.

Pour offrir une protection identique aux signes du paralympisme, l'article 19 de la loi n° 2015-1541 a introduit au Code du sport un article L.141-7 rédigé selon la même architecture que l'article L.141-5 : « *Le Comité paralympique et sportif français est propriétaire des emblèmes paralympiques nationaux et dépositaire des emblèmes, du drapeau, de la devise et de l'hymne paralympiques. Il veille à la protection des termes " paralympique ", " paralympiade ", " paralympisme ", " paralympien " et " paralympienne ".* »

Le fait de déposer à titre de marque, de reproduire, d'imiter, d'apposer, de supprimer ou de modifier les emblèmes, le drapeau, la devise, l'hymne et les termes mentionnés au premier alinéa, sans l'autorisation du Comité paralympique et sportif français, est puni des peines prévues aux articles L. 716-9 à L. 716-13 du code de la propriété intellectuelle »⁸.

La liste légale ne visait à l'origine que quelques signes limitativement définis : « *la devise* », « *l'hymne* », « *le symbole olympique* » et « *les termes "jeux olympiques"⁹ et "Olympiade"* ». Dans la mesure où elle constitue un texte d'exception, une cour d'appel en avait déduit que la liste devait être interprétée de manière restrictive et qu'elle ne comprenait pas par exemple l'acronyme « JO », « *et ce, quand bien même cette abréviation serait combinée avec des éléments de nature à l'associer implicitement aux jeux Olympiques* »¹⁰.

8 Les développements qui suivent seront centrés sur les signes olympiques mais ils peuvent être appliqués, sauf exception, *mutatis mutandis*, aux signes paralympiques.

9 Certaines juridictions considèrent que le mot « *olympique* » pris isolément profite de la protection spéciale offerte à l'expression « *jeux olympiques* » (TGI Paris, 10 avr. 2014, RG n° 12/15470).

10 CA Versailles, 10 mars 2016, RG n° 14/00536, CNOSF c/ SAS Bushnell outdoor products, Comm. com. électr. 2016/11, chron. 10, n° 11, obs. J.-M. MARMAYOU.

Profitant de la loi spéciale pour les Jeux olympiques de Paris 2024 et après un *lobbying* intense du CNOSF¹¹, le législateur a complété la liste en y ajoutant le « *logo* », la « *mascotte* », le « *slogan* », les « *affiches des jeux Olympiques* », les « *millésimes* » des éditions des jeux Olympiques « *ville + année* », le « *terme olympisme* », le « *sigle « JO »* », les « *termes " olympique ", " olympien " et " olympienne "*, *sauf dans le langage commun pour un usage normal excluant toute utilisation de l'un d'entre eux à titre promotionnel ou commercial ou tout risque d'entraîner une confusion dans l'esprit du public avec le mouvement olympique*¹² ».

L'article 3 de la loi n° 2018-202 du 26 mars 2018 a par ailleurs renforcé le monopole sur les signes paralympiques dans la perspective des jeux paralympiques de Paris 2024. Désormais, le Comité paralympique et sportif français est propriétaire des emblèmes paralympiques nationaux. Il est également « *dépositaire des emblèmes, du drapeau, de la devise et du symbole paralympiques, de l'hymne paralympique, du logo, de la mascotte, du slogan et des affiches des jeux Paralympiques, du millésime des éditions des jeux Paralympiques « ville + année », de manière conjointe avec le CNOSF, des termes « jeux Paralympiques », « paralympique », « paralympiade », « paralympisme », « paralympien » et « paralympienne », du sigle « JP »* ».

La protection des signes paralympiques est ainsi alignée sur celle des signes olympiques ce que démontre encore les sanctions identiques prévues en cas de contrefaçon. Les remarques faites pour les uns valent donc pour les autres.

L'article 3 de la loi n° 2018-202 du 26 mars 2018 est considéré comme la concrétisation d'une des promesses faites par Paris au CIO pour obtenir l'organisation des jeux : c'est la réalisation d'une des garanties d'Etat. C'est un cadeau politique fait par la France au CIO. C'est sous aspect éminemment politique que l'article 3 de la loi de mars 2018 mérite d'abord un regard critique.

Il sera temps ensuite de l'analyser sous un angle plus juridique.

11 La plupart des pays ayant récemment accueilli ou ayant été sélectionnés pour accueillir une grande manifestation sportive internationale se sont laissés convaincre d'adopter une loi spécifique de lutte contre l'*ambush marketing*. - Cf. : F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, Droit du sport, 5^e édition, LGDJ 2018, n° 1312. - A.-M. LOUW, *Ambush marketing and the mega event monopoly. How laws are abused to protect the commercial rights to major sporting events*, Springer - TMC Asser Press 2012.

12 Cette réserve de l'usage courant a été ajoutée après une remarque logique du Conseil d'État qui, appelé à donner son avis sur le projet de loi (avis n° 393671 du 9 nov. 2017), a estimé « *injustifiée, car excessive, l'extension du bénéfice de la protection aux termes "olympique", "olympien" et "olympienne", qui font partie du vocabulaire courant et dont certains trouvent à s'appliquer en dehors de tout contexte sportif* ».

I. Une critique politique

La compréhension de la portée politique de ce texte nécessite une présentation de son contexte. En effet, l'article 3 de la loi olympique est un des instruments réclamés pour la protection de la notoriété des Jeux olympiques. C'est un, parmi d'autres, des outils de lutte contre l'*ambush marketing*¹³ que la France, par la voie de son premier ministre, avait promis de mettre à disposition du mouvement olympique au titre des garanties d'Etat données dans le cadre du processus de candidature de la ville de Paris. Or cet instrument était loin d'être indispensable au regard justement de l'ensemble des dispositifs existants dans l'ordre juridique français. S'en convaincre conduit à s'interroger sur sa réelle opportunité politique.

Un des moyens de la lutte contre l'*ambush marketing*.
- Dans une lettre de garantie en date du 3 août 2016, le Premier ministre de l'époque (*Manuel VALLS*) s'était engagé à assurer le renforcement de la protection de la notoriété des jeux dans les termes suivants :

« La législation appropriée est ou sera mise¹⁴ en place dans le pays hôte, au plus tard le 1^{er} janvier 2022, pour assurer la protection des droits et intérêts du CIO en relation avec les Jeux, conformément à la condition requise dans le contrat ville hôte.

« Cette législation comprendra en particulier des :

« i) protections contre le marketing sauvage (à savoir empêcher toute association directe et/ou indirecte non autorisée avec les propriétés Olympiques et/ou les Jeux, toute exploitation desdites propriétés ou promotion à l'aide de celles-ci) ;

« ii) mesures pour éliminer la vente à la sauvette à proximité des sites Olympiques (durant la période commençant deux semaines avant la cérémonie d'ouverture et se terminant à la cérémonie de clôture) ;

« iii) mesures pour empêcher et sanctionner la revente non autorisée de billets ;

« iv) mesures pour empêcher la fabrication et la vente de marchandise de contrefaçon en relation avec les Jeux ;

« v) mesures pour contrôler les espaces publicitaires publics et privés (panneaux d'affichage, publicité dans les transports publics, espace aérien, etc.) ;

« vi) mesures pour interdire les sites de retransmissions en direct, projections publiques ou autres événements similaires non autorisés ; et

« vii) protections contre la diffusion ou retransmission non autorisée d'images des Jeux sur tous les médias ».

Quelques-uns des engagements de cette liste se retrouvent dans la série de mesures intégrées à la loi pour les Jeux de Paris 2024 du 26 mars 2018.

L'article 3 de la loi, censé renforcer l'efficacité de l'article L.141-5 du Code du sport, en rallongeant la liste des signes distinctifs appropriés par le mouvement olympique, a pour vocation affichée de répondre au premier engagement relatif à la lutte contre « *le marketing sauvage* ».

Les dispositions qui suivent ont, elles, pour la plupart, l'objectif implicite de permettre un contrôle des espaces publicitaires aux abords des lieux où se dérouleront les jeux. Elles offrent en effet au mouvement olympique et à ses partenaires le bénéfice de dérogations au Code de l'environnement pour faciliter le « *pavoisement olympique* », et uniquement le « *pavoisement olympique* ». Cela permet, sur les sites proches de monuments historiques et dans les centres villes où la publicité par affichage est très contrainte de garantir au profit du mouvement olympique ce que le contrat de ville hôte désigne sous l'appellation « *sites exempts de publicités* » (sous-entendu : concurrentes)¹⁵.

Ces quelques mesures législatives seront complétées par des dispositifs de terrain pris notamment par arrêtés municipaux ou préfectoraux *ad hoc* interdisant par exemple le commerce sur les voies publiques ou organisant un déploiement spécifique de forces de police au moment de la tenue des jeux.

Elles s'ajouteront surtout à toutes celles que pilote plus ou moins directement le CIO. On songe à ce propos, par exemple, à la règle 40 de la Charte olympique dont le texte d'application indique que : « *Sauf autorisation de la commission exécutive du CIO, aucun concurrent, officiel d'équipe ou autre membre du personne d'équipe qui participe aux Jeux Olympiques ne doit permettre que sa personne, son nom, son image ou ses performances sportives soient exploités à des fins publicitaires pendant les Jeux Olympiques* ».

¹³ Sur l'ensemble de cette question, cf. : J.-M. MARMAYOU, « Coupe du monde de football : comment lutter contre l'*ambush marketing* ? », in Droit et coupe du monde, sous la direction de M. MAISONNEUVE, Economica 2011, p.155 et les références citées. - Adde : A.-M. LOUW, *Ambush marketing and the mega event monopoly. How laws are abused to protect the commercial rights to major sporting events*, Springer - TMC Asser Press 2012, et les références citées.

¹⁴ Nous soulignons.

¹⁵ V. Art. RPP 11 du Contrat de ville hôte - Conditions opérationnelles, p.203.

Ce principe de la Charte olympique, même s'il est entrain de céder aux coups de boutoirs du droit de la concurrence¹⁶, reste une arme essentielle du CIO contre l'*ambush marketing*.

On songe encore au programme d'enregistrement de marques propres que le COJO doit soumettre au CIO pour permettre de compléter les réservations légales. Ce programme est déjà dans sa phase d'exécution puisqu'une rapide recherche sur le site de l'INPI permet de voir que le COJO a déposé dans le courant du mois de décembre 2018, ce que l'on appelle une famille de presque 80 marques constituées autour de la base 2024 : « *ensemble2024* », « *Partageons2024* », « *Formation2024* », ...

Bien que les stratégies de dépôts en série présentent quelques défauts non négligeables¹⁷, elles demeurent en pratique plutôt efficaces dans la mesure où ces enregistrements multiples facilitent les mises en demeure adressées aux contrefacteurs et partant la prévention de la contrefaçon hors les tribunaux.

L'opportunité d'un droit spécial. – C'est une spécificité du droit du sport ! À rebours du Code de la propriété intellectuelle qui pose le principe du dépôt attributif, le Code du sport fournit en effet, le seul exemple à notre connaissance d'attribution légale de droit de marque.

Comme si le CNOSF n'était pas suffisamment « *armé* » pour utiliser, à la manière de toutes les autres opérateurs économiques les potentialités du droit des marques.

16 L'autorité allemande de la concurrence (*Bundeskartellamt* - Office fédéral de lutte contre les cartels) a récemment considéré que la règle 40 constituait, au terme d'une évaluation préliminaire, une restriction commerciale *abusive* imposée aux athlètes pendant les Jeux et qu'il fallait en conséquences que le CIO et son comité national allemand trouvent avec les représentants des athlètes allemands un accord sur une règle plus proportionnée, compte tenu notamment de l'existence de la loi sur la protection de l'emblème olympique et des noms olympiques (*Olympiaschutzgesetz*) : <https://www.bundeskartellamt.de>

17 Cette stratégie de dépôts en série n'est réellement efficace que si toutes les occurrences enregistrées sont effectivement utilisées pour éviter la déchéance qui survient dès lors que le signe enregistré n'a pas été sérieusement utilisé pendant une période ininterrompue de 5 ans. En effet, « *dans le contexte particulier d'une famille ou d'une série de marques, l'usage d'une marque ne saurait être invoqué aux fins de justifier de l'usage d'une autre marque* » (CJCE, 13 sept. 2007, aff. C-234/06, *Il Ponte Finanziaria*, Propr. industr. 2007, n° 11, comm. 89, obs. A. FOLLIARD-MONGUIRAL ; Comm. com. électr. 2008, n° 1, comm. 3, obs. C. CARON. – CJUE, 25 oct. 2012, C-553/11, *Rintisch*, PIBD 2012, n° 973, III, p.779 ; Propr. industr. 2012, n°12, comm. 88, obs. A. FOLLIARD-MONGUIRAL ; Comm. com. électr. 2012, n° 12, comm. 131, obs. C. CARON ; D. 2014, p.326, obs. J.-P. CLAVIER, N. MARTIAL-BRAZ et C. ZOLYNSKI ; RTD com. 2013, p. 70, obs. J. AZÉMA. – Cass. com., 19 janv. 2016, n° 14-18434, *Propr. Intell.* 2016, n° 60, p. 362, obs. J. CANLORBE ; D. 2016, 1037, chron. A.-C. LE BRAS ; Dalloz IP/IT 2016, 200, obs. J.-P. CLAVIER. – Adde : J. PASSA, « *Les familles de marques dans la jurisprudence européenne : surcroît de protection ou trompe-l'œil ?* », *Propr. intell.* 2015, n° 54, p. 16. – F. POLLAUD-DULIAN, « *Associations, variantes et séries : de l'esprit de famille en droit des marques* », in *Le droit des affaires à la confluence de la théorie et de la pratique*, Mélanges PAUL LE CANNU, LGDJ, Lextenso, 2014, p.59). À ce propos, une gestion appropriée du délai entre le début la date d'enregistrement doit être envisagée car l'enregistrement d'une marque est publié après une période minimal d'examen de 5 mois et c'est à partir de cette date que court le délai ce qui dans l'hypothèse de dépôts réalisés en décembre 2018 permet de couvrir jusqu'à mai 2024 (sans tenir compte du délai de 3 mois du 3^e alinéa de l'article L.714-5, CPI).

C'est d'autant plus original que comme toutes les autres entreprises, le CNOSF peut être satisfait des effets du temps par la reconnaissance de la notoriété des signes qu'il utilise sans les avoir déposés¹⁸. Et plusieurs décisions de justice ont déjà reconnu, et fort légitimement, la notoriété de certains signes olympiques¹⁹.

Certains feront remarquer que seuls les signes permanents de l'olympisme sont réellement concernés par ce caractère avantageux de la notoriété. Mais rien n'interdit que les signes temporaires de l'édition des jeux de 2024 n'atteignent le cap de la notoriété au sens du droit des marques. En réalité c'est déjà fait. Ils la perdront peu après mais qu'importe car ils n'auront alors plus la même valeur marchande²⁰.

Il n'était donc pas forcément utile de prévoir un régime spécial de protection pour des signes qui ont déjà vocation à profiter de la protection renforcée organisée par le droit commun des marques²¹.

Ça l'était d'autant moins que la théorie française des actes de parasitisme et son application prétorienne est déjà suffisamment efficace, tout en restant mesurée,

18 M. CHAPPUIS, « *La protection des propriétés olympiques* », in *Sport et propriété intellectuelle*, Bruylant - LGDJ - Schulthess 2010, p. 1. – M. CHAPPUIS et P. BUQUET, « *Emblèmes, devise, hymne... Une protection particulière des propriétés olympiques* », *Jurisport* n° 97, 2010, p. 31. – C. BIRON, « *La protection des signes olympiques confrontée aux principes fondamentaux européens : signes olympiques et liberté du commerce* », *Cah. dr. sport* n° 31, 2013, p.132. – E. TERRIER, « *La protection nationale des signes olympiques confrontée à la liberté d'expression* », *Cah. dr. sport* n° 31, 2013, p. 138. – J.-C. PASCO, « *Les signes olympiques : une protection en or* », *Cah. dr. sport* n° 31, 2013, p. 144.

19 Cass. com., 29 juin 1999, n° 97-12045, *Bull. civ. IV*, n° 143 ; *Cah. D. Aff.* 2000, act. jur., p. 185, note BUFFET-DELMAS D'AUTANE ; D. 2001, p. 473, obs. S. DURRANDE ; PIBD 1999, III, p. 387 ; RJDA 1999, n° 11, n° 1267 ; *Rev. Lamy dr. aff.* 1999, n° 20, n° 1247, obs. G. MONTÉGUDET ; *Ann. propr. ind.* 1999, p. 183, obs. P. MATHÉLY. – Cass. com., 31 oct. 2006, n° 04-18043, *Bull. actu. Lamy Droit du sport*, n° 41, p. 8, obs. A. DURAND ; *Propr. ind.* 2007, comm. n° 3, obs. P. TRÉFIGNY ; *Cah. dr. sport* n° 7, 2007, p. 213, note J.-M. MARMAYOU. – Cass. crim., 17 janv. 2017, n° 15-86363 : Il résulte de « *l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle (...)* que l'emploi d'un signe identique ou similaire à la marque notoire enregistrée engage la responsabilité de son auteur dès lors qu'il est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou s'il constitue une exploitation injustifiée de celle-ci, sans que cette protection soit subordonnée à la constatation d'un risque de confusion, dans l'esprit du consommateur, entre le signe et la marque protégée ». – Dans la 5^{ème} édition du Manuel de droit du sport (F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, LGDJ 2018, n° 1330) nous avons écrit par erreur que « *le CNOSF en tirerait un avantage certain en ce qu'il n'aurait ni à démontrer l'existence d'un risque de confusion pour l'application de l'article L. 713-3 du Code de propriété intellectuelle ni celle d'un préjudice ou d'une exploitation injustifiée pour l'application de l'article L. 713-5 du même code* ». En réalité, si la Cour de cassation a effectivement affirmé que la preuve du risque de confusion n'était pas nécessaire pour la mise en œuvre de l'article L. 713-5, elle n'a pas écarté l'exigence alternative de preuve quant à l'existence d'un préjudice ou d'une d'une exploitation injustifiée. C'est le CNOSF qui en tire cette conclusion dans certaines de ses écritures produites en justice (ex. : écritures citées dans CA Versailles, 10 mars 2016, RG n° 14/00536, *CNOSF c/ SAS Bushnell outdoor products*, *Comm. com. électr.* 2016/11, chron. 10, n° 11, obs. J.-M. MARMAYOU).

20 M. CHAPPUIS, « *La protection des propriétés olympiques* », in *Sport et propriété intellectuelle*, Bruylant - LGDJ - Schulthess 2010, p. 1, et spéc. p.9.

21 Une des caractéristiques de l'efficacité renforcée de la notoriété est qu'elle « *provoque sa propre opposabilité de telle sorte que les tiers connaissent le principe de son appropriation* » (Sur ce point, cf. C.-A. MAETZ, *La notoriété - Essai sur l'appropriation d'une valeur économique*, PUAM 2010, n° 556).

contre les imitations et les associations d'idées illicites²².

Il n'était donc pas besoin de promulguer un nouveau texte ni même de renforcer le dispositif existant, dispositif spécial et dérogoire au droit commun.

L'article 3 de la loi olympique de mars 2018 apparaît finalement comme le fruit trop vite mûri d'une surinterprétation des exigences du CIO dans le cadre du processus de candidature et du contrat de ville hôte. Il faut en effet noter que les exigences et les garanties demandées par le CIO des les questionnaires liés au processus de candidature, le sont à toutes les villes candidates. C'est à dire des villes qui n'ont pas forcément dans l'arsenal juridique de leur pays un système efficace de protection des droits de propriété intellectuelle. La France, même si elle n'a pas ratifié le Traité de Nairobi²³, disposait déjà d'un système de droit commun très efficace et d'un texte spécial, certes discutables mais dont la charge juridique et symbolique était suffisante pour satisfaire les besoins du CIO. Le premier ministre, dans sa lettre de garantie, ne s'était pas engagé à renforcer le dispositif existant. Il s'était engagé à ce que la législation appropriée pour répondre à diverses exigences du CIO existe ou, en cas de besoin, soit mise en place, au plus tard le 1^{er} janvier 2022. Or, une législation appropriée pour protéger les droits de propriété intellectuelle du mouvement olympique existait en France avant la loi du 26 mars 2018. Un nouveau texte n'était donc pas vraiment utile. La commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat l'a, presque malencontreusement, fait clairement remarquer²⁴.

La lecture de l'étude d'impact ayant précédé les discussions parlementaires sur le projet de loi pour les jeux de Paris 2024 confirme cette impression. Elle révèle en effet, et en premier lieu, que les consultations

« informelles » préalablement menées au sujet de l'article 3 n'ont impliqué que le Comité national olympique et sportif français, le Comité paralympique et sportif français et le Groupement d'intérêt public Paris²⁵. Pour quelles raisons l'INPI, le MEDEF, l'Union des annonceurs, l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité, le réseau des chambres de commerce et d'industrie, notamment, n'ont-ils pas été consultés ?

La lecture de l'étude d'impact, plutôt légère, révèle en deuxième lieu que la demande formulée par les instances françaises du mouvement olympique a été motivée par la volonté de régler un assez petit nombre de véritables contentieux. Le passage suivant doit à ce titre être souligné : « *Ainsi, dans la période qui a précédé les jeux Olympiques de Rio de Janeiro, le CNOSF a recensé 750 cas de parasitisme et de malfaçon. Sur simple rappel à la loi ou sous la menace d'une assignation en justice, le nombre de contentieux qui en est résulté s'est établi à une vingtaine* ». Manifestement, les textes anciens suffisaient pour rendre très efficaces les mises en demeure un peu comminatoires qui entraînaient la cessation de l'acte de parasitisme reproché par le CNOSF²⁶.

Certes, puisque les jeux se déroulent en France, il y aura mécaniquement plus d'actes de contrefaçon et de parasitisme en France mais il semble que le COJO aura suffisamment de juristes, et des juristes compétents, pour lutter contre avec les outils du droit commun, ... comme n'importe quelle entreprise titulaire de signes notoires.

L'opportunité politique de l'article 3 de la loi pour les jeux de Paris 2024 n'apparaît ainsi pas avec la force de l'évidence.

Posons-nous maintenant la question de savoir si cette nouvelle loi est juridiquement bien faite.

22 P. LE TOURNEAU, « Le parasitisme dans tous ses états », D. 1993, chr., p. 310, spéc. p. 312, n° 13. - P. LE TOURNEAU, Parasitisme - notion de parasitisme, J.-Cl. Conc. Consom., Fasc. 227. - G. COURTIEU, Droit à réparation - Concurrence déloyale - Applications pratiques : confusion et parasitisme, J. Cl. Civil Code, Fasc. 132-30. - P. LE TOURNEAU, « Le bon vent du parasitisme », Contrats, conc., consom., chron. 2001, n°1. - P. LE TOURNEAU, « Retour sur le parasitisme », Cah. D. aff. 2000, chr., p. 403. - P. LE TOURNEAU, « De la modernité du parasitisme », Gaz. Pal. 2001, doct., p. 4. - S. NÉROT, « La loyauté de la concurrence au regard de la propriété industrielle du parasitisme, de la confusion », Rev. Lamy concurrence, n° 66, 2017, p. 40. - A. ALLAMELOU, « Le parasitisme un concept autonome ? », Rev. Lamy concurrence, n° 71, 2018, p. 38.

23 Traité de Nairobi concernant la protection du symbole olympique, 26 sept. 1981 (<http://www.wipo.int>) qui interdit l'enregistrement de tout signe contenant le symbole olympique représenté par cinq anneaux entrelacés, de couleur bleue, jaune, noire, verte et rouge de la gauche vers la droite. En raison de l'abandon de souveraineté qu'implique ce Traité, peu de pays l'ont signé et ratifié. La France n'y est ainsi pas partie.

24 « Le Gouvernement a fait le choix d'une protection très large, destinée tout autant à préserver les intérêts économiques du CIO qu'à rassurer cette organisation pour appuyer la candidature de Paris. Elle complète donc un ensemble de protections, sans qu'il soit possible de juger de son utilité au regard des règles et d'une jurisprudence très protectrice » (avis présenté au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication sur le projet de loi par M. Claude KERN - <https://www.senat.fr> - p. 22).

25 Étude d'impact, projet de loi relatif à l'organisation des Jeux olympiques, 14 novembre 2017, p.23.

26 Il faut reconnaître à la loi olympique pour 2024 un caractère en partie symbolique. L'analyse de terrain montre en effet que c'est surtout le pouvoir dissuasif des lois ad hoc pour le grand public qui est recherché plutôt que leur application stricte. Sur ce point, cf. : F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, Droit du sport, 5^e édition, LGDJ 2018, n° 1312.

II. Une critique juridique

L'article L.141-5 du Code du sport instituerait, selon une décision de la chambre commerciale de la Cour de cassation du 15 septembre 2009, « un régime de protection autonome »²⁷.

Une telle assertion devrait au moins se vérifier par la présence d'un véritable régime juridique à l'intérieur même de l'article L.141-5 du Code du sport. Si en effet l'article L.141-5 du Code de sport institue un régime juridique autonome, tout ce régime devrait se trouver dans le texte de l'article L.141-5 du Code du sport.

Mais ce n'est justement pas le cas.

Hormis l'affirmation selon laquelle les signes listés sont attribués en exclusivité au CNOSF et que la violation de cette réserve légale est punie « des peines prévues aux articles L.716-9 à L.716-13 du Code de la propriété intellectuelle » (quatre ans d'emprisonnement et 400 000 euros d'amende), on peut lire et relire l'article L.141-5, nulle trace d'un régime juridique. Face à la série de questions auxquelles sera nécessairement exposé le titulaire de ces signes distinctifs légaux, la loi oppose un silence assourdissant.

Le titulaire des signes olympiques est ainsi contraint de s'en remettre à la prudence des magistrats. Ce qui est au demeurant le contraire de l'effet recherché par les promoteurs du texte puisque justement il était souhaité une attribution indiscutable des signes olympiques pour en faciliter la protection et éviter les longs débats judiciaires d'un contentieux tel que l'affaire « *olymprix* »²⁸.

C'est d'autant plus regrettable que les premiers signaux transmis par la jurisprudence sont paradoxaux.

En effet, selon la décision précitée de la chambre commerciale du 15 septembre 2009, le CNOSF n'aurait pas à démontrer l'existence d'un risque de confusion pour l'application de l'article L.713-3 du Code de propriété intellectuelle, alors que cet article impose cette démonstration au titulaire d'une marque de droit commun se plaignant d'une simple imitation de son signe²⁹.

Doit-on déduire de cette solution prétorienne que le droit sur les signes olympiques n'obéit pas du tout, hors le cas des sanctions pénales, au Code de la propriété intellectuelle ? En résulte-t-il que les dispositions légales au cœur du régime du droit commun des marques doivent être écartées dès lors qu'il s'agit d'un signe listé à l'article L.141-5 du Code du sport ?

Le CNOSF bénéficie-t-il en conséquence d'un droit de propriété intellectuelle et industrielle débarrassé des contraintes du droit des marques et certainement aussi, autonomie oblige, dispensé des limites du droit d'auteur ?

C'est à vrai dire ce que le CNOSF revendique ouvertement. Satisfait de n'avoir pas à démontrer l'existence d'un risque de confusion pour faire condamner de simples imitations au titre de la contrefaçon, il estime par exemple ne pas non plus avoir à démontrer l'existence d'un préjudice ou d'une exploitation injustifiée pour l'application de l'article L.713-5 du Code de la propriété intellectuelle relatif à l'action spéciale en responsabilité civile pour les marques de renommée et les marques notoires³⁰.

À l'appui de telles revendications autonomistes, il peut être invoqué que l'emploi du mot « *propriétaire* » par l'article L.141-5 du Code du sport implique un régime spécifique. C'est un des arguments fréquents du CNOSF qui ne cesse de solliciter à son bénéfice un droit « *absolu* » comme celui d'un propriétaire titré sur le fondement de l'article 544 du Code civil³¹.

27 Cass. com. 15 sept. 2009, n° 08-15418, Comm. com. électr. 2010, n° 11, chron. 10, p. 17, § 6, obs. J.-M. MARMAYOU ; Comm. com. électr. 2009, comm. n° 99, obs. C. CARON ; Cah. dr. sport n° 18, 2009, p. 131, note J.-M. MARMAYOU ; *ibid.*, p. 35, note V. Forti ; Propr. Intell. 2010, n° 34, p. 663, obs. M. SABATIER.

28 TGI Nanterre, 10 juin 1996. – CA Versailles, 15 janv. 1997, n° 7402/96, Ann. propr. ind. 1997, p. 142, note Y. REBOUL. – Cass. com., 29 juin 1999, n° 97-12045, Bull. civ. IV, no 143 ; Cah. D. Aff. 2000, act. jur., p. 185, note BUFFET-DELMAS D'AUTANE ; D. 2001, p. 473, obs. S. DURRANDE ; PIBD 1999, III, p. 387 ; RJDA 1999, n° 11, n° 1267 ; Rev. Lamy dr. aff. 1999, n° 20, n° 1247, obs. G. MONTÉGUDET ; Ann. propr. ind. 1999, p. 183, obs. P. MATHÉLY. – sur renvoi : CA Paris, 1^{er} ch., 8 nov. 2000, PIBD 2001, III, p. 207 ; Ann. propr. ind. 2000, p. 205, obs. P. MATHÉLY ; JCP E 2001, p. 207, note C. CARON. – Cass. com., 11 mars 2003, n° 00-22722, Bull. civ. IV, n° 44 ; Contrats, conc., consom. 2003, comm. n° 126, obs. M. MALAURIE-VIGNAL ; RJDA 2003, n° 8-9, no 891 ; Comm. com. électr. 2003, comm. n° 105, obs. C. CARON ; JCP E 2003, n° 1627, obs. C. CARON ; D. 2003, p. 2688, obs. S. DURRANDE ; JCP G 2004, II, n° 10034, note O. DEBAT ; Propr. intell. 2003, n° 7, p. 229, obs. J. PASSA ; Propr. Ind. 2003, comm. n° 56, obs. J. SCHMIDT-SZALEWSKI ; Rev. Sociétés 2003, p. 557, note F. POLLAUD-DULIAN. – CA Orléans, ch. solennelle, 2 juill. 2004, Cah. dr. sport n° 2, 2005, p. 217, note C.-A. MAETZ. – Cass. com., 31 oct. 2006, n° 04-18043, Bull. actu. Lamy Droit du sport, n° 41, p. 8, obs. A. DURAND ; Propr. ind. 2007, comm. n° 3, obs. P. TRÉFIGNY ; Cah. dr. sport n° 7, 2007, p. 213, note J.-M. MARMAYOU.

29 Cass. com. 15 sept. 2009, n° 08-15418, précité.

30 Voir par exemple les écritures du CNOSF telles que citées dans CA Versailles, 10 mars 2016, RG n° 14/00536, CNOSF c/ SAS Bushnell outdoor products, Comm. com. électr. 2016/11, chron. 10, n° 11, obs. J.-M. Marmayou : « Considérant qu'au soutien de son appel, le CNOSF rappelle que les signes et les propriétés olympiques bénéficient d'un régime de protection autonome figurant à l'article L 141-5 du code du sport ; que les termes « Jeux Olympiques », « Olympiade », « Olympique » font ainsi l'objet d'une interdiction légale d'utilisation commerciale sans nécessité de démontrer un préjudice, une exploitation injustifiée ou un risque de confusion »).

31 L'enjeu juridique de la qualification est important. S'il était qualifié de véritable droit de propriété sur le modèle de l'article 544 du Code civil, il serait par principe absolu et par exception limité ; les limites étant d'interprétation restrictive. S'il devait être qualifié de droit exclusif (qualification pour laquelle nous inclinons), sur le modèle du droit des marques, le monopole conféré mériterait une interprétation restrictive.

L'autonomie du régime de protection accordé aux signes olympiques pourrait par ailleurs se réclamer du fait que leur réservation légale est faite non dans le Code de propriété intellectuelle, mais dans le Code du sport ce qui lui conférerait justement son caractère dérogoire.

Qu'il nous soit permis cependant de douter de la pertinence de tels arguments et de la solution prétorienne qu'ils légitimeraient.

Il faut bien avouer en effet que la lecture de l'article L.141-5 du Code ne laisse en rien supposer, au bénéfice des signes olympiques, d'un régime de protection autonome du droit des marques. Aucune formule de cet article n'induit implicitement ou explicitement une mise de côté des règles générales du Code de propriété intellectuelle, si ce n'est évidemment celle consacrant l'inutilité d'un dépôt attributif.

Le mot « *propriétaire* » employé dans le texte légal n'est qu'une nouvelle preuve du manque de rigueur du législateur car il est admis que la qualité de « *propriétaire* » ne convient pas exactement, malgré l'intitulé habituel de la matière, aux titulaires de droits de propriétés intellectuelles. Pour s'en convaincre, il suffit de lire la Directive Européenne n° 2015/2436 du 16 décembre 2015 qui préfère, s'agissant du droit de marque, utiliser l'expression « *droit exclusif* » plutôt que « *droit de propriété* ». Et si le droit français n'a pas cette retenue sémantique (art. L. 713-1, CPI) il n'en limite pas moins la force du droit de marque, qui, loin d'être absolu, est finalisé, limité par les fonctions concurrentielles de la législation sur les marques.

N'y-a-t-il pas par ailleurs, au contraire, dans la formulation de l'article L.141-5 du Code du sport le signe d'un arrimage aux règles communes du droit des marques ? Si l'utilisation par une personne autre que le CNOSF des signes olympiques doit entraîner l'application des peines prévues par le Code de propriété intellectuelle en cas de contrefaçon de marque, c'est bien que l'utilisation non autorisée des signes olympiques réalise une contrefaçon de marque.

Cet arrimage est, certes, en apparence limité à la sanction pénale mais cela peut s'expliquer dans la mesure où toute sanction pénale doit trouver dans la loi un fondement exprès, clair, intelligible, précis et univoque.

Surtout, il est manifeste que sans le soutien des règles générales du Code de la propriété intellectuelle, l'article L.141-5 du Code du sport apparaît comme un dispositif bien fruste. S'il prévoit une sanction pénale à l'utilisation illicite des signes olympiques,

il est absolument silencieux à propos des modes d'exploitation possibles, des sanctions civiles et des mesures de réparation qui doivent l'accompagner. Et c'est là justement que l'autonomie de régime pourrait s'avérer contreproductive au regard du désir légitime du CNOSF d'une protection renforcée des vecteurs de sa notoriété.

À supposer définitivement que l'article L.141-5 du Code du sport exclue l'application du droit commun des marques (hors la sanction pénale expressément désignée) doit-on vraiment en déduire que le CNOSF ne dispose pas de l'action en nullité prévue à l'article L.714-3 du CPI ou de celle prévue par l'article L.714-4 ? Doit-on encore en déduire que le CNOSF ne peut pas utiliser la procédure d'opposition régie par l'article L.712-4 du Code de la propriété intellectuelle ni agir en revendication d'un signe déposé en fraude de ses droits comme le prévoit l'article L.712-6 du Code de la propriété intellectuelle ? Doit-on aussi en déduire qu'il ne peut pas profiter des techniques procédurales propres au droit des marques comme la saisie-contrefaçon, la retenue en douane, ou la procédure d'urgence ?

Ces questions sont loin d'avoir des enjeux mineurs mais s'il fallait encore convaincre les sceptiques, partisans du régime autonome, il suffit de signaler trois autres interrogations majeures que suscite le régime de l'article L.145-1.

La première est relative à l'application de l'article L.714-1 du Code de la propriété intellectuelle selon lequel : « *Les droits attachés à une marque sont transmissibles en totalité ou en partie, indépendamment de l'entreprise qui les exploite ou les fait exploiter. La cession, même partielle, ne peut comporter de limitation territoriale. Les droits attachés à une marque peuvent faire l'objet en tout ou partie d'une concession de licence d'exploitation exclusive ou non exclusive ainsi que d'une mise en gage* ». C'est ainsi par une autorisation expresse de la loi que les droits attachés à une marque (et notamment le droit d'utilisation exclusive) sont négociables (cessibles, louables et nantissables). Or, si l'article L.714-1 du Code de la propriété intellectuelle ne s'applique pas aux signes olympiques listés à l'article L.141-5 du Code du sport, ces signes ne sauraient être ni cédés, ni licenciés, ni nantis. Il ne serait au demeurant pas illogique ou incohérent d'empêcher que des droits attribués par la loi ne changent conventionnellement d'attributaire ?

Une telle déduction serait pourtant en opposition totale avec les garanties données pendant la phase de candidature, avec la Charte olympique, avec le contrat de ville hôte et le contrat de *marketing* joint conclu

entre le CNOSF, le COJO et la ville. Tous en effet prévoient que le CNOSF, pourtant seul attributaire des signes olympiques listés par la loi, doit se mettre en retrait pour l'organisation des Jeux de Paris 2024 et que c'est le COJO qui sera chargé de l'exploitation et de la protection des tous les signes ayant un rapport avec l'olympisme (les signes de l'article L.141-5 et tous ceux créés à l'occasion des jeux de 2024)³².

Exclure l'application de l'article L.714-1 du Code de la procédure intellectuelle conduirait donc à ce qu'une entreprise, attaquée par le COJO pour violation du monopole sur les signes olympiques pourrait efficacement dénier au COJO la qualité à agir au titre de l'article L.141-5 du Code du sport. Le CNOSF devra-il alors systématiquement porter en son nom et pour son compte toutes les actions sur ce terrain ? Et s'il le faisait, que ferait-il dans cette hypothèse des éventuels dommages et intérêts obtenus ?

La deuxième interrogation majeure concerne justement l'évaluation de cette réparation. En effet, d'un article L.141-5 du Code du sport autonome on devra déduire que le CNOSF n'a pas la nécessité d'avoir à démontrer le moindre préjudice pour obtenir qu'un tiers cesse d'utiliser ses signes. Mais s'il subit effectivement un dommage, sur quelles bases obtiendra-t-il son évaluation aux fins de réparation ? Devra-t-il avancer le droit commun de la réparation selon lequel les dommages et intérêts couvrent le préjudice, tout le préjudice mais rien que le préjudice ? Ou pourra-t-il en appeler à l'article L.716-14 du Code de propriété intellectuelle qui, depuis la loi n°2007-1544 du 29 octobre 2007, enjoint au juge de tenir compte non seulement du préjudice effectivement subi par la victime de la contrefaçon mais aussi des bénéfices illicites retirés par le contrefacteur ?

La troisième interrogation majeure concerne rien moins que la notoriété. La mise à l'écart du Code de la propriété intellectuelle s'agissant des signes olympiques listés dans l'article L. 141-5 du Code du sport n'implique-t-elle pas que lesdits signes soient exclus du bénéfice du régime de faveur réservé aux marques de renommée et aux marques notoires par l'article L. 713-5 du Code du sport ?

Avec ces quelques interrogations apparaît de manière évidente que l'objectif poursuivi d'un régime puissant et autonome de protection des signes olympiques n'est pas atteint par la refonte de l'article L. 141-5 du Code du sport. Pire, cette loi olympique spéciale, loin de répondre à une exigence qui n'était peut-être pas

vraiment formulée, pose plus de questions qu'elle n'en résout. Et ces questions sont justement susceptibles de ralentir, compliquer, amoindrir l'efficacité des actions de protection de la notoriété que doivent entreprendre les instances olympiques françaises.

Certains répliqueront peut-être que ces difficultés pourront être contournées par un dépôt à l'INPI de tous les signes légaux au bénéfice du COJO Paris 2024. Mais il n'est même pas certain que ce sparadrap puisse coller dans la mesure où n'importe quelle entreprise attirée par le COJO en contrefaçon pourrait exciper de la nullité d'un enregistrement portant sur un signe indisponible car antérieur au fait de la loi³³.

Sauver l'article L.145-1 du Code du sport pour donner pleine efficacité à l'exploitation et la protection des signes olympiques implique de l'arrimer complètement au Code de la propriété intellectuelle.

Quelques juridictions du fond, encouragées par une partie de la doctrine³⁴, ont déjà souligné l'excès consistant à conférer aux signes de l'article L. 141-5 l'absoluité d'un régime autonome³⁵.

La haute juridiction administrative l'a clairement affirmé dans l'avis rendu à propos du projet de loi olympique : « *Le Conseil d'État rappelle en outre que l'ensemble des droits précisés par les articles L.141-5 et L.141-7 du code du sport s'exercent dans le cadre défini par le code de la propriété intellectuelle, et notamment ses articles L.711-3 et L.713-5, et par les engagements internationaux souscrits par la France dans cette matière* »³⁶.

32 Cf. not. : art 8 (p.13) et 19 (p.18) du Contrat de ville hôte - Principes. - Art. RPP 03 et RPP 04 du Contrat de ville hôte - Conditions opérationnelles, p. 199.

33 Si l'exception de nullité est envisageable, l'action en nullité ne l'est pas, ou dans des cas très particuliers, dans la mesure où l'article L.714-3 la réserve au titulaire d'une antériorité.

34 V. FORTI, « *La répression du marketing d'embuscade* », RLDI n° 58, 2010, p.11. - C.-A. MAETZ, in LPA 16 mai 2012, n°98, p.9. - G. RABU, in Comm. com. électr. 2011, n°11, chron. 10, p.26, § 10. - F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, Droit du sport, 5^e édition, LGDJ 2018, n°1330.

35 CA Paris, 21 janv. 2011, Propr. intell. 2011, n° 39, p. 227, obs. M. SABATIER ; LPA 16 mai 2012, n° 98, p. 9, obs. C.-A. MAETZ ; Comm. com. électr. 2011, n° 11, chron. 10, p. 26, § 10, obs. G. RABU. - CA Versailles, 10 mars 2016, RG n°14/00536, CNOSF c/ SAS Bushnell outdoor products, Comm. com. électr. 2016/11, chron. 10, n°11, obs. J.-M. MARMAYOU.

36 CE, 9 novembre 2017, avis n°393671, sur un projet de loi relatif à l'organisation des jeux olympiques et paralympiques 2024.