



JURISPRUDENCE – PROPRIETES OLYMPIQUES

CNOSF c./ Frogpubs – Cour de cassation, 17 janvier 2017

Dans cette affaire, la société Frogpubs, qui a pour activité la gestion de bars, a reproduit sur son site Internet ainsi que sur 200 000 sous-bocks de bière le Symbole Olympique composé des cinq Anneaux Olympiques entrelacés prétendument pour informer sa clientèle de la retransmission des épreuves olympiques de Londres 2012 dans ses établissements.

Approuvant la décision rendue par la Cour d'appel de Paris, la Cour de cassation retient que « *les supports publicitaires portent sur le sigle des cinq anneaux olympiques réservés au CNOSF, que cette marque est connue dans le monde entier et jouit d'un prestige et d'une renommée exceptionnelle, et que son utilisation par les prévenus a été faite à des fins commerciales pour attirer la clientèle [...]* ». Les cinq anneaux olympiques bénéficiant de la protection élargie des marques notoires, le juge en déduit que « *le caractère dommageable de leur reproduction ou imitation ne nécessite en rien la démonstration d'un risque de confusion dans l'esprit du consommateur, une simple association à la marque ou évocation de celle-ci étant suffisante [...]* ». Le juge considère alors que « *le comportement de la société Frogpubs et de son gérant, qui ont porté atteinte au droit de propriété du CNOSF, est fautif et a causé un préjudice économique et d'image* » au CNOSF.

CNOSF c./ Interwetten Malta Ltd – Cour d'appel de Paris, 21 janvier 2011

A l'occasion des Jeux Olympiques de Turin de 2006, la société Interwetten Malta Ltd (ci-après la société Interwetten), opérateur de paris en ligne, a reproduit sur ses sites Internet de paris les dénominations Jeux Olympiques, Olympic Games, Torino 2006, les Anneaux Olympiques ainsi que le logo Jeux Olympiques de Turin ; elle a également utilisé sur ses sites des slogans tels que « *Partagez l'or de vos champions grâce à l'offre diversifiée des paris proposée à ce rendez-vous mondial* ». Par cet arrêt, le juge relève que « *la reprise des anneaux [...] réalise une imitation des anneaux enregistrés à titre de marque [...] pour présenter et donc désigner à la clientèle des services de paris en ligne, services similaires à ceux pour la désignation desquels la marque est protégée ;* » [...] « *qu'un tel usage intervient sans conteste dans la vie des affaires puisqu'il est destiné à capter l'attention du consommateur sur les épreuves sportives pour lesquelles la société Interwetten lui propose de parier* ». Le juge en déduit alors que la société Interwetten utilise « *la marque notoire du CNOSF, sans son autorisation pour la promotion de son activité commerciale* » et considère que cet usage constitue une exploitation injustifiée de la marque.

Le juge retient également que le slogan utilisé illustre le caractère commercial et financier dans lequel intervient l'usage incriminé, excluant ainsi que la société Interwetten puisse se prévaloir du droit à l'information pour justifier l'utilisation de ces dénominations, logos et slogans autour des Jeux Olympiques de Turin.

Le juge considère en outre que la « *reprise des anneaux et des termes Jeux Olympiques caractérise une violation de l'article L 141-5 du Code du sport* » et que la reproduction sur la page d'accueil du site

Internet du slogan précité constitue un acte de parasitisme, en laissant penser que les paris auraient été proposés en accord avec le CNOSF. La société Interwetten est alors condamnée à verser au CNOSF les sommes de 50 000 euros à titre de dommages et intérêts, 10 000 euros en réparation du préjudice résultant de l'acte de parasitisme, 5 000 euros au titre de l'atteinte portée à sa dénomination sociale et 40 000 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile. Le CNOSF est en outre autorisé à publier cette décision dans trois journaux de son choix aux frais de la société Interwetten.

CNOSF c./ Galec – Cour d'appel d'Orléans, 2 juillet 2004

La Cour d'appel d'Orléans a condamné la Société Galec notamment au motif que les marques "Olympique" et "Jeux Olympiques", auxquelles est associé, pour la plus large fraction du public, le retentissement et la renommée non moins exceptionnels de l'événement des jeux Olympiques, doivent être protégées, au delà du principe de spécialité qui ne peut être invoqué pour justifier des agissements parasitaires, contre leur imitation ou leur évocation pour des services différents, parce qu'elles exercent une attraction propre tout à fait particulière, indépendamment des services qu'elles désignent effectivement ; que, sur le fondement de la responsabilité civile, le CNOSF est ainsi fondé à empêcher la société GALEC de continuer d'utiliser les marques "Olymprix", qui, sans les reproduire exactement, imitent ou évoquent, fût-ce dans un autre secteur d'activité, les siennes, en parasitant leur notoriété ; qu'en effet, elles usurpent celle-ci, en se plaçant délibérément dans le sillage de l'Olympisme, pour profiter astucieusement de l'image d'excellence du mouvement Olympique, en l'appliquant, pour en tirer avantage et sans bourse délier, non plus à des activités sportives ou à l'organisation de manifestations sportives, mais à des campagnes de prix réduits, opérations qui, faisant penser plus ou moins à des "braderies", contribuent à une dégradation de l'image des marques "Olympique" et "Jeux Olympiques" ;

Elle est ainsi condamnée au versement d'un million d'euros de dommages-intérêts, 50 000 euros au titre de l'article 700 du nouveau code de procédure civile ainsi qu'à des publications dans 5 journaux pour un montant de 5000 euros par publication.

CNOSF c./ Master Distribution & UFO – TGI de Paris, 7 juin 2018

Saisi pour contrefaçon et concurrence parasitaire par le CNOSF, après l'échec de procédures amiables, le TGI a, en l'espèce, sanctionné la commercialisation par des équipementiers d'une collection de vêtements s'affichant avec un visuel de marque imitant le symbole olympique (cinq cœurs de couleur entrelacés) et auquel était associé la signature « *Polo Rio 2016 Collector* », qui reprenait le millésime des Jeux de la XXXI^e Olympiade.

La 3^e chambre du TGI a reconnu l'atteinte aux droits du CNOSF sur la marque d'usage notoire « *Olympique* » et sa marque figurative ainsi que sur sa dénomination sociale, et déclaré les équipementiers en cause coupables de parasitisme au préjudice du CNOSF. Les juges se sont notamment appuyés, pour cela, sur l'article L. 141-5 du Code du sport, l'article 1240 du Code civil, ainsi que sur l'article L. 713-5 du Code de la propriété intellectuelle qui prévoit que la reproduction ou l'imitation d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur si elle est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cette reproduction ou imitation constitue une exploitation injustifiée de cette dernière.

Les juges, rappelant que « *le terme « Olympique » a été reconnu comme constituant une marque d'usage non enregistrée, notoire à raison d'une exceptionnelle renommée tenant au déroulement des Jeux Olympiques d'hiver et d'été, en alternance tous les deux ans et de leur très large diffusion médiatique à travers le monde entier* », ont par ailleurs conclu que l'usage fait du symbole Olympique, comme celui du terme « *Olympique* » sans autorisation du CNOSF, qui n'a pas une finalité purement décorative, constituait une atteinte aux droits du CNOSF dans le but de profiter de la renommée mondiale de l'événement des Jeux Olympiques de Rio, en provoquant par l'imitation opérée un réflexe favorable du public immédiatement amené à associer les produits à l'événement sportif à forte résonance populaire

et qui véhicule une image très positive. Le Tribunal de grande instance a d'ailleurs qualifié de parasitisme l'exploitation (fabrication, promotion et commercialisation) des symboles olympiques par les équipementiers au regard de l'article 1240 du Code civil, estimant que l'usage permanent des termes « Rio 2016 », la reproduction des couleurs des anneaux Olympiques sur les boutons des polos, et le choix des dates de lancement et de commercialisation de la collection, début 2016 à l'approche immédiate des Jeux Olympiques, ne relevaient pas du hasard. Pour les juges en effet, ils « *tendent bien à évoquer l'univers des Jeux Olympiques (...) et ce, pour s'inscrire indûment dans le sillage du mouvement olympique et du fort engouement que les jeux suscitent auprès du public, sans participer aux efforts promotionnels et financiers fournis par le CNOSF en vue de maintenir l'image et la notoriété des Jeux Olympiques* ». En réparation des préjudices moral et commercial, de l'atteinte à sa dénomination sociale et en réparation du préjudice résultant des actes de parasitisme distincts a interdit aux équipementiers, sous astreinte, de faire exploiter et commercialiser les polos et casquettes de la collection « Rio 2016 » et les a condamné à verser au CNOSF, la somme de 55 000 euros.

CNOSF c./ Le Coq Sportif – TGI de Paris, 13 juin 2014

A l'occasion des Jeux Olympiques de Londres 2012, la société Le Coq Sportif International BV (ci-après la société LCS international BV) a présenté sur le site internet www.lecoqsportif.com, sous la dénomination "JOAKIM NOAH 3.0 LE REVE OLYMPIQUE", « *une paire de baskets dont les semelles portent pour la gauche les couleurs bleue, jaune et noire, et pour la droite, les couleurs verte, rouge et noire, et dont la languette intérieure arrière, porteuse de la mention "Le Rêve Olympique" porte un bandeau de couleurs composés de bandes bleue, jaune, noire, verte et rouge du bas vers le haut* ». Rappelant que les Anneaux Olympiques bénéficient de la même renommée internationale que les Jeux Olympiques, et quand bien même ils ne sont pas reproduits en tant que tels sur les baskets, le juge relève que les baskets mises en cause « *reprennent la même combinaison des cinq couleurs dans le même ordre* », [...] « *qu'elles sont désignées sous le signe "rêve olympique", qu'elles sont présentées à moins de trois mois du début des Jeux Olympiques d'été de Londres [...] et associées à un athlète [...] qui était censé participer auxdits jeux et qui s'est présenté comme tel sur le site, mais a dû y renoncer en raison de problème de santé* ».

Selon le juge, il en résulte que « *l'aspect et les conditions de présentation de cette chaussure visent donc à l'évidence à s'insérer dans le sillage des Jeux olympiques de Londres [...] et a bénéficié de leur renommée et de l'image fortement positive de cette manifestation [...], de sorte qu'« il est manifestement laissé à penser à l'internaute que le produit est issu d'un partenariat avec lesdits Jeux alors qu'il n'en est rien* ». Le juge retient alors que la mise en ligne et l'offre à la vente de la paire de basket litigieuse « *porteuse des couleurs des anneaux olympiques sur le site internet www.lecoqsportif.com constitue un acte parasitaire* ». La société LCS International BV a en conséquence été condamnée à verser au CNOSF la somme de 100 000 euros en réparation du préjudice subi, outre la somme de 10 000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile. Le juge a également ordonné la publication de la décision, en entier ou par extraits au choix du CNOSF, aux frais de la société LCS International BV.

CNOSF c./ Expekt – TGI de Paris, 28 novembre 2007

A l'occasion des Jeux Olympiques de Turin, le site de paris en ligne EXPEKT.com proposait des paris sur les Jeux Olympiques en exploitant sur son site un bandeau publicitaire présentant un skieur, la dénomination Turin 2006, une représentation de la flamme Olympique et l'accroche publicitaire « XXème Jeux Olympiques d'hiver, c'est parti ! les J.O. de Turin sont lancés, toutes les épreuves sont couvertes et n'attendent que vous pour vous défier. »

Le Tribunal a condamné la société EXPEKT.com pour atteinte aux signes distinctifs du mouvement Olympique, pour atteinte aux marques notoires de ce même mouvement Olympique et pour parasitisme pour avoir effectué un usage promotionnel des marques "Jeux Olympiques", "Olympique" et "Flamme Olympique".

Elle est ainsi condamnée au paiement de la somme de 100.000 euros pour contrefaçon, 50.000 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de parasitisme et 10.000 euros au titre de l'article 700 du nouveau code de procédure civile.

CNOSF c./ Henri Maire – TGI de Paris, 4 octobre 1996

Dans cette affaire, la Société Henri Maire a produit une série de bouteilles de vin sur lesquelles apparaissait la photo de Pierre de Coubertin, un ruban reprenant les couleurs des anneaux Olympiques, une représentation de la Flamme Olympique ainsi que de médaille.

Le juge a relevé que « [...] si les symboles de l'Olympisme ne sont pas repris sous une forme protégée sous lesquelles, le CNOSF se manifeste officiellement, il n'en reste pas moins que la reproduction des couleurs des anneaux Olympiques, dans un ordre quasi identique, aboutit à une présentation tendancieuse – et la conjugaison de ces couleurs avec les autres symboles Olympiques : flamme et médaille, incitera le public à les identifier aux emblèmes des Jeux Olympiques [...] ;

« En utilisant les symboles Olympiques d'une façon tendancieuse, dans le but de profiter de la notoriété d'un événement, entretenu par les efforts du CNOSF, la société Henri Maire a fait acte de parasitisme et détourné sans contrepartie, les retours que le CNOSF est en droit d'attendre de ses efforts en vue de maintenir l'image et la notoriété des Jeux Olympiques. »

Le Tribunal de Grande Instance de Paris a considéré « qu'en reproduisant sur les étiquettes, les couleurs des anneaux olympiques sur des rubans, en association avec une flamme olympique et une médaille, et la mention « centenaire de l'Olympisme », la société HENRI MAIRE a usurpé la notoriété attachée aux Jeux Olympiques, grâce aux efforts du CNOSF, et laissé croire à un parrainage de sa part. »