

« Allez les bleus » retrouve ses couleurs

30-03-2015



Après plusieurs années de bataille judiciaire, le slogan « Allez les bleus » déposé comme marque dès 1997 par un particulier, est désormais la propriété du Comité National Olympique Sportif Français (CNOSF). Fabienne Fajgenbaum, son avocate, revient sur la stratégie qui a permis d'aboutir à une décision favorable du TGI de Lyon en juin dernier.

Décideurs. La Fédération française de football a échoué pour obtenir l'annulation de la marque « Allez les bleus ». Pourquoi le CNOSF est-il intervenu ?

Fabienne Fajgenbaum. La marque « Allez les bleus » a été très opportunément déposée une première fois par un particulier à la fin de l'année 1997, quelques mois avant la coupe du Monde de football. Ce premier dépôt a été suivi de trois autres enregistrements en 1998, 1999 et 2000. Ce particulier a également créé une société sous ce nom afin de commercialiser des produits, empêchant toute autre personne, dont notamment la fédération française de football (FFF) d'utiliser ce signe. Il a prévenu les différents utilisateurs du slogan de son dépôt et a signé des protocoles d'accord de marque pour leur permettre de l'utiliser moyennant finance. La FFF a attaqué le titulaire de la marque en contrefaçon mais les juges du fond ont rejeté ses demandes, décisions confirmées par la Cour de cassation. Cette action confiscatoire a perduré durant la coupe du monde de rugby de 2007 amenant le CNOSF à agir seul au nom du mouvement sportif français en mars 2009. En monopolisant ce signe, les fédérations françaises ne pouvaient pas bénéficier des retombées financières qui en résulte, indispensables pour permettre leur développement en France et à l'étranger.

Décideurs. La marque « Allez les bleus » a été annulée pour fraude. Ne doit-on pas y voir la sanction d'une forme de parasitisme ?

F. F. Le TGI de Lyon a finalement sanctionné autant une violation du droit des marques que des actes de parasitisme. Le déposant a en effet manifestement tiré profit de la renommée d'événements comme la coupe du monde de football ou encore de la coupe du monde de rugby pour commercialiser ses produits avec des investissements minimes. Cependant, les juges lyonnais ont entendu notre demande fondée

sur le caractère frauduleux et trompeur des dépôts. Le succès de notre action par rapport à celles de la FFF tient à l'articulation des indices présentés au soutien de cette demande. Nous avons en effet notamment souligné et démontré une appropriation illégitime des marques déposées, qui se limitaient à la reprise d'un slogan illustrant la ferveur populaire accompagné d'éléments désignant le sport concerné. Le TGI a reconnu que cette appropriation ne pouvait être justifiée que par la seule intention de priver les acteurs du mouvement sportif, dont le CNOSF est le représentant, d'un signe nécessaire à leur activité.

Décideurs. Pourquoi le CNOSF a-t-il déposé le signe « Allez les bleus » comme marque ?

F. F. Il s'agit d'une mesure à la fois défensive et offensive pour le CNOSF. Suite à la décision du TGI de Lyon, le CNOSF a refusé une proposition de revente de la part du titulaire condamné. Le Comité a préféré déposer la marque auprès de l'Inpi, dans les quarante-cinq classes de produits et services, pour obtenir un enregistrement national, communautaire et international. Le CNOSF évite d'une part qu'une telle situation se reproduise et d'autre part se réserve toutes les utilisations actuelles et futures de la marque. Il est désormais le seul à pouvoir utiliser commercialement le slogan. Cependant, ces dépôts n'ont pas qu'une seule visée pécuniaire. Une caisse de mutualisation pourrait en effet être créée pour collecter les produits tirés de l'exploitation de la marque. Ces produits seront ensuite utilisés pour soutenir le développement des fédérations sportives, notamment des moins visibles. Denis Masegla, le président du CNOSF, se félicite de ce résultat profitable à l'ensemble des fédérations, sportifs et supporteurs français.

Propos recueillis par Marianne Briand