

Paris 2024 : la marque se protège

Alors que les Jeux de Tokyo 2020 devraient se tenir cet été, c'est l'occasion de faire un point d'étape sur la protection des marques du Comité d'Organisation des Jeux Olympiques de Paris 2024 (COJO).

Par *Thibault Lachacinski et Fabienne Fajgenbaum, NATAF FAJGENBAUM & ASSOCIES, Avocats à la Cour*

A ce jour, il a été procédé au dépôt d'une centaine de marques françaises déclinant le millésime « 2024 » dont, pour ne citer que les dépôts les plus récents, « IMPACT 2024 », « AVENIR 2024 », « STRATEGIE 2024 », « VOLONTE 2024 » ou encore « PACKAGE 2024 » et « CAPSULE 2024 ». Le COJO privilégie ainsi une stratégie de dépôts exhaustive.

Sur un plan procédural, PARIS 2024 a d'ores et déjà eu l'occasion d'invoquer ces marques devant l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI), avec un certain succès. Ainsi, ses oppositions à l'encontre des demandes de marque « #WE SURF 2024 » et « HORSE GAME 2024 » (respectivement sur le fondement des marques antérieures « SPORT 2024 » et « JEUX 2024 ») ont été reconnues

partiellement justifiées par le Directeur Général de l'INPI, en raison d'une structure commune associant des éléments verbaux relatifs au jeu et un millésime (2024) « qui est une année durant laquelle se dérouleront les Jeux Olympiques » (décisions d'opposition des 18 mars et 9 avril 2020).

Le nombre 2024 est appréhendé par le consommateur « comme se référant à une année spécifique » associée aux Jeux

L'INPI relève par ailleurs que le COJO a fourni des sondages démontrant que le terme 2024 est particulièrement associé dans l'esprit du public aux Jeux Olympiques qui se dérouleront cette année-là, ce qui renforce l'évocation commune des signes en cause.

Une troisième procédure a opposé cette fois le COJO au

distributeur d'articles de sport et de loisirs SPORT 2000, lequel considérait que la demande de marque « SPORT 2024 » aurait porté atteinte à sa marque antérieure pour des services en classes 35, 41, 42 et 44.

Le Directeur Général de l'INPI a intégralement rejeté cette opposition, quand bien même les signes en cause comportaient tous deux l'association de l'élément verbal « SPORT » à un nombre. Il retient en effet – à raison – que l'élément « SPORT » est dépourvu de caractère distinctif ou est à tout le moins fortement évocateur au regard des produits et services en cause, de sorte que l'attention des consommateurs se focalise sur le millésime 2000/2024, dissemblable en l'espèce.

Par ailleurs, il relève à nouveau que deux sondages permettent d'établir que le

nombre 2024 est appréhendé par le consommateur français « comme se référant à une année spécifique associée aux Jeux Olympiques et Paralympiques qui se dérouleront en 2024 dans la ville de Paris ». Aucun risque de confusion ne serait donc à craindre entre les signes en conflit.

Cette décision du 13 août 2019 est désormais définitive, le recours de la société SPORT 2000 ayant été jugé irrecevable. Aux termes d'un arrêt du 8 janvier 2021, la Cour d'appel de Paris a en effet constaté que toutes les mentions obligatoires requises par le Code de la propriété intellectuelle n'avaient pas été renseignées dans son acte de recours : la marque « SPORT 2000 » ayant fait l'objet d'une cession en cours de procédure, l'identité du nouveau titulaire aurait dû apparaître. *Dura lex sed lex...*



Thibault Lachacinski



Fabienne Fajgenbaum