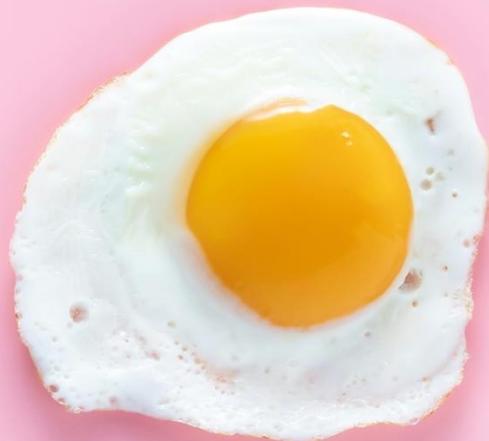


«(O)» APRA·HAHA



L'ASSOCIATION DES PRATICIENS DE LA PI
QUI NE MARCHE PAS SUR DES CŒUFS

«(O)» APRAM
x UNIVERSITÉS

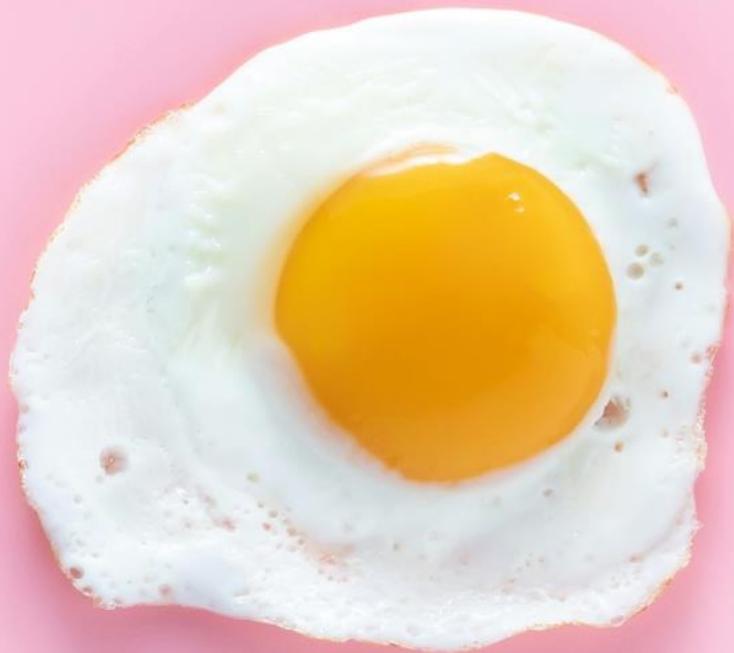
CONFÉRENCE
PARODIE
& **PI**

14 MARS 2025

Co Présidée par

VALÉRIE-LAURE BENABOU
PROFESSEURE DE DROIT – PARIS SACLAY

CAROLINE HILTGEN-LEBOUVIER
PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION
PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES



BIEN VENUE



JULIEN DELUCENAY, Président de l'APRAM
& CAROLINE HILTGEN-LEBOUVIER

AU PROGRAMME

09:00 : ACCUEIL ET INTRODUCTION

JULIEN DELUCENAY, Président de l'APRAM & CAROLINE HILTGEN-LEBOUVIER

09:15 : L'EXPRESSION PARODIQUE OU CRITIQUE EN DROIT DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

VALERIE-LAURE BENABOU

09:45 : LA PARODIE EN DROIT DES MARQUES

STEFAN MARTIN, Member of the Boards of appeal at EUIPO

10:15 : LA PARODIE, LA CARICATURE ET LE PASTICHE COMME ELEMENTS DE LA LIBERTE D'EXPRESSION AU SEIN DU DROIT D'AUTEUR

SEVERINE DUSOLLIER, Professeure à l'Ecole de droit de Sciences Po Paris

10:45 : REMISE DU PRIX APRAM 2025

VALERIE-LAURE BENABOU (Présidente du jury) & CAROLINE HILTGEN-LEBOUVIER

11:15 : PAUSE CAFÉ

11:30 : COMMENT APPRECIER LA VALEUR PARODIQUE D'UNE EXPRESSION

TABLE RONDE / MODÉRATRICE : VALERIE-LAURE BENABOU

- LE POINT DE VUE DU JURISTE : CEDRIC MANARA Director, Head of Copyright, Legal, Google

- LE POINT DE VUE DE L'AVOCAT : JULIEN CANLORBE, Avocat, cabinet MOMENTUM

- LE POINT DE VUE DU CONSEIL : PIERRE FAVILLI, CPI, Directeur, LEGIMARK

12:30 : QUESTIONS DE LA SALLE

12:45 : COCKTAIL DÉJEUNATOIRE sponsorisé par 

MERCI A NOTRE SPONSOR



Clarivate™

**POUR LE COCKTAIL
DEJEUNATOIRE**



Clarivate | APRAM

Conférence APRAM / Universités
Remise du Prix APRAM 2025

March 14 2025



Clarivate | APRAM

Conférence APRAM / Universités

Remise du Prix APRAM 2025

March 14 2025



Clarivate|APRAM

Riccardo Marciano – Sales Director Brand/IP

March 14, 2025

Band IP France Team



Riccardo Marciano

Sales Director - Southern Europe



David Schneider

Senior Account Manager



Marion Moutrille

Senior Account Manager



Oumaima Benmbouh

Account Manager



Thank you.

Riccardo Marciano | EMEA Director Southern Europe

A single fried egg is positioned on the left side of the image, set against a solid pink background. The egg is cooked sunny-side up, with a bright yellow yolk in the center and a white, slightly browned edge. The text of the title is overlaid on the egg and the background.

L'EXPRESSION PARODIQUE OU CRITIQUE EN DROIT DE LA PI



VALÉRIE-LAURE BENABOU

**L'expression
parodique ou
critique en
propriété
intellectuelle**

**Valérie-Laure
Benabou**

**Professeure UVSQ-
Paris Saclay**



Un peu d'histoire

- **La satire et la subversion sont une longue tradition française**
- **Daumier et Balzac ont participé à la création des journaux la Caricature "morale, religieuse, littéraire et scénique" le 4 novembre 1830 et du Charivari le 1^{er} décembre 1832.**



LES POIRES,

Faites à la cour d'assises de Paris par le directeur de la CARICATURE.

Vendues pour payer les 6,000 fr. d'amende du journal le *Charivari*.

Sur la demande d'un grand nombre d'abonnés des départements, nous donnons aujourd'hui dans le *Charivari* les paires qui servirent à notre défense, dans l'affaire où le *Charivari* fut condamné à six mois de prison et 5,000 fr. d'amende.

Si, pour reconnaître le mensonge dans une caricature, vous n'attendez pas qu'il soit désigné solennellement que par la ressemblance, vous tomberez dans l'absurde. Voyez ces croquis informes, auxquels j'aurais peut-être dû borner ma défense.

Louis-Philippe
pour
Charles
Philippon
1800 -1862.



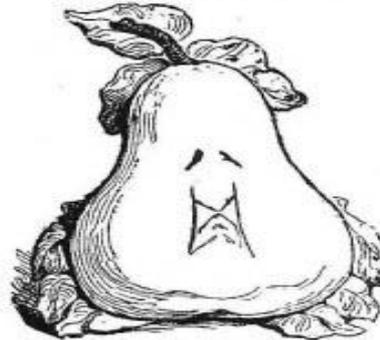
Ce croquis ressemble à Louis-Philippe, vous condamnerez donc ?



Alors il faudra condamner celui-ci, qui ressemble au premier.



Puis condamner cet autre, qui ressemble au second.



Et enfin, si vous êtes conséquents, vous ne sauriez absoudre cette poire, qui ressemble aux croquis précédents.

Ainsi, pour une poire, pour une briochette, et pour toutes les têtes grotesques dans lesquelles le hasard ou la malice aura placé cette triste ressemblance, vous pourrez infliger à l'auteur cinq ans de prison et cinq mille francs d'amende!!

Avez-vous, Messieurs, que c'est là une singulière liberté de la presse!!

L'Assiette au Beurre



L'impudent Albion constitue l'une des caricatures les plus virulentes à propos de l'utilisation des camps de concentration par les Anglais lors de la guerre des Boers (octobre 1899 – mai 1902) : une femme dévoilant son derrière sur lequel apparaissaient les traits du roi Edward VII. `

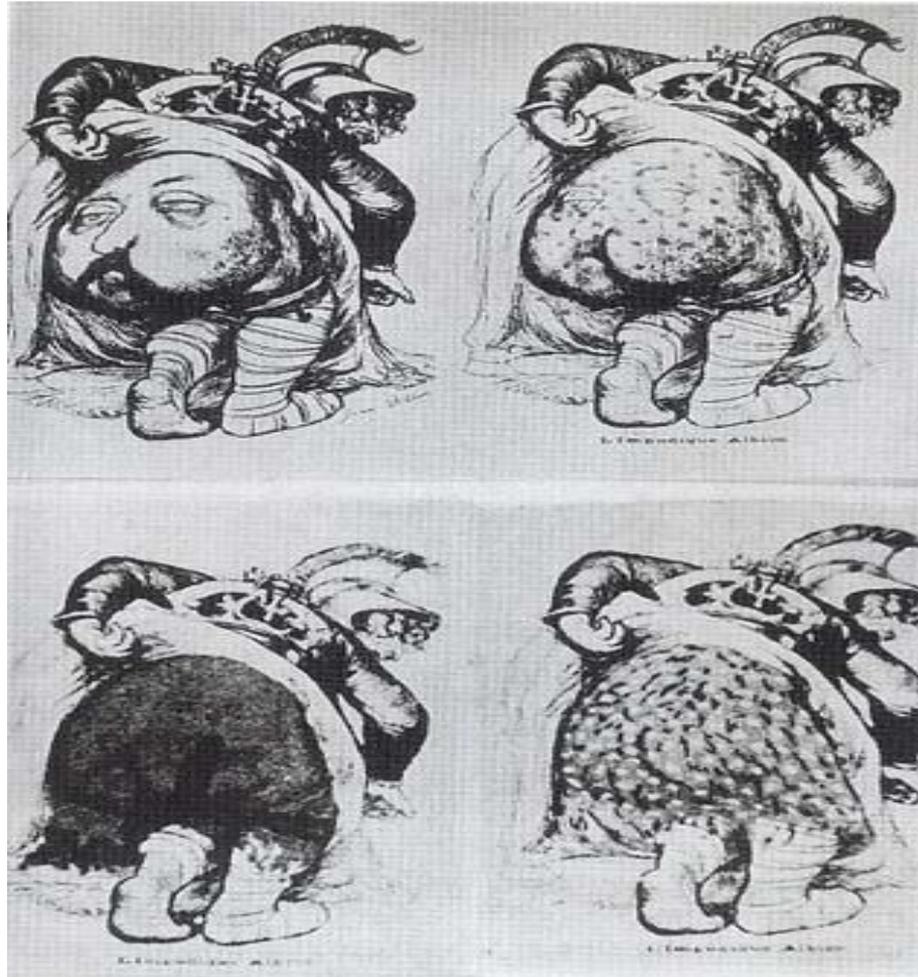
28 septembre 1901,
Jean Veber

Soit en réponse aux protestations, soit par simple désir de préserver l'entente franco-britannique, le gouvernement français a refusé la vente des copies des caricatures sur la voie publique sauf si elles étaient modifiées



Le roi Edward s'est plaint du dessin auprès de l'ambassadeur de France Paul Cambon qui écrivit à son frère que ce dessin était scandaleux tout en concédant qu'il était très bien fait et même extrêmement ressemblant avec le roi.

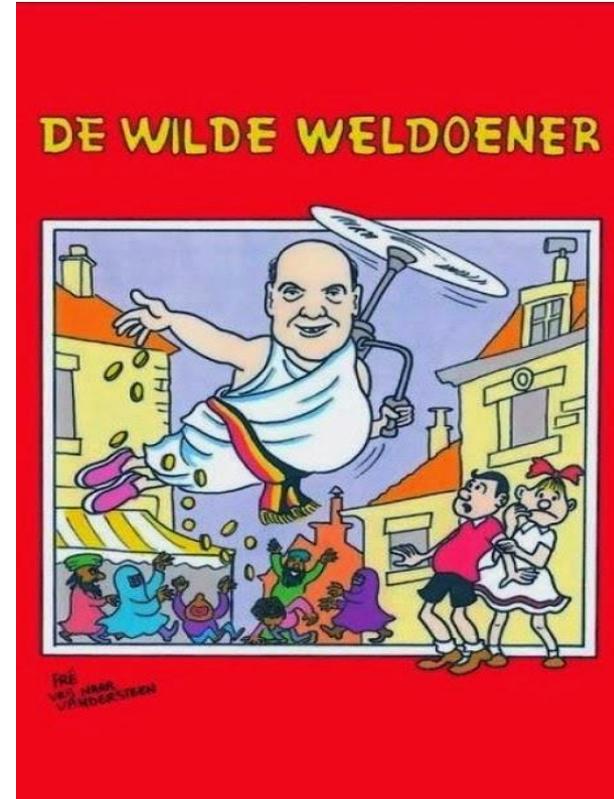
L'Assiette au Beurre a répondu à cette interdiction en proposant des réimpressions successives en cachant progressivement les traits du roi d'abord avec un certain nombre d'artifices pour laisser apparaître ces derniers puis finalement en recouvrant totalement le derrière avec une jupe opaque.



La caricature est un témoin de la démocratie.

Tignous (4 décembre 2012)

CJUE, 3 septembre 2014, Deckmyn



125 ans plus tard

La « parodie », le mauvais esprit, la critique sont partout ... et les droits de PI aussi

- Conserve sa dimension politique
 - Critique de la classe politique
 - Critique de la stratégie de certaines entreprises
 - Campagne d'éveil des consommateurs sur les risques liés à certains produits
 - Incitation au boycott
- Utilisée pour justifier un détournement artistique de l'œuvre
 - Les arguments du courant appropriationniste : parodie ou pastiche ?
- Utilisée pour participer à la « conversation » mondiale qui passe par le réemploi de signes/œuvres
 - Les UGC – article 17



oh we'll get it there alright...™

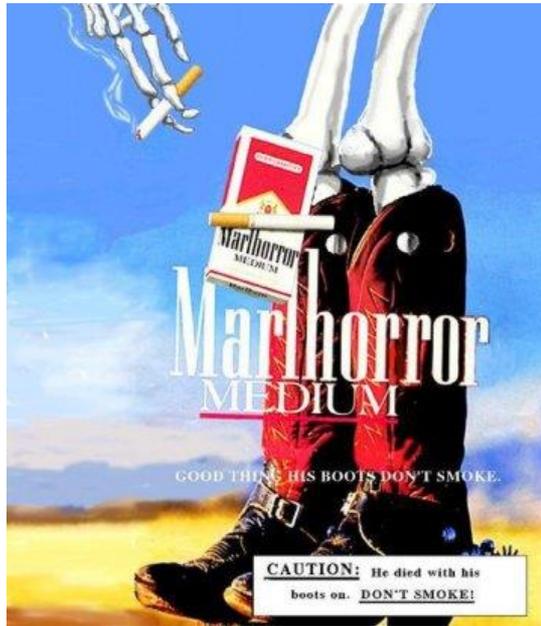


We lost it again.

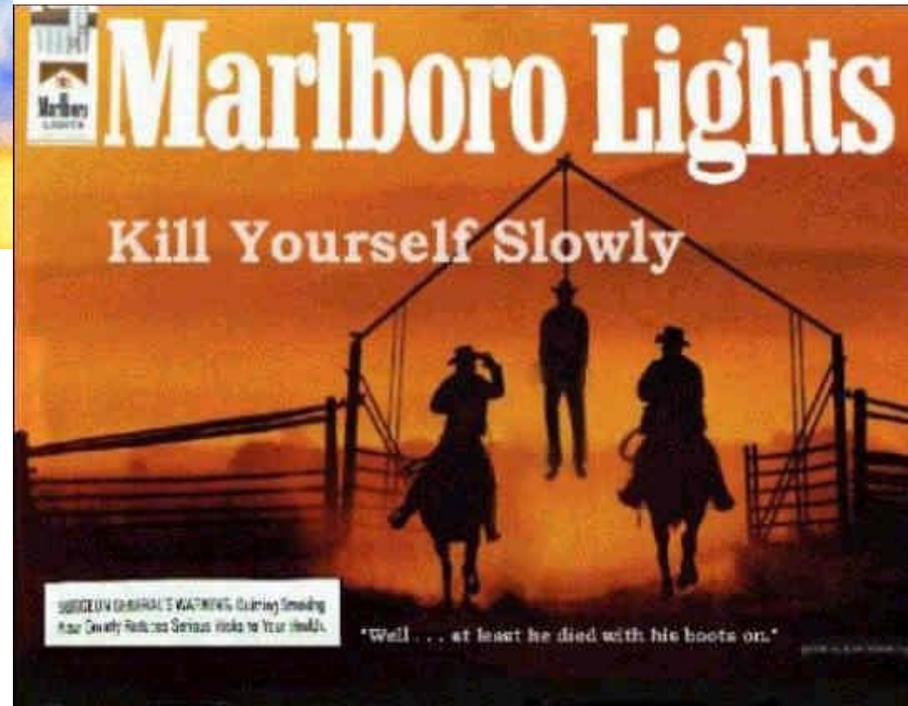


venhtium®
PROCESSOR

Parodie pour informer les consommateurs/citoyens des risques d'un produit



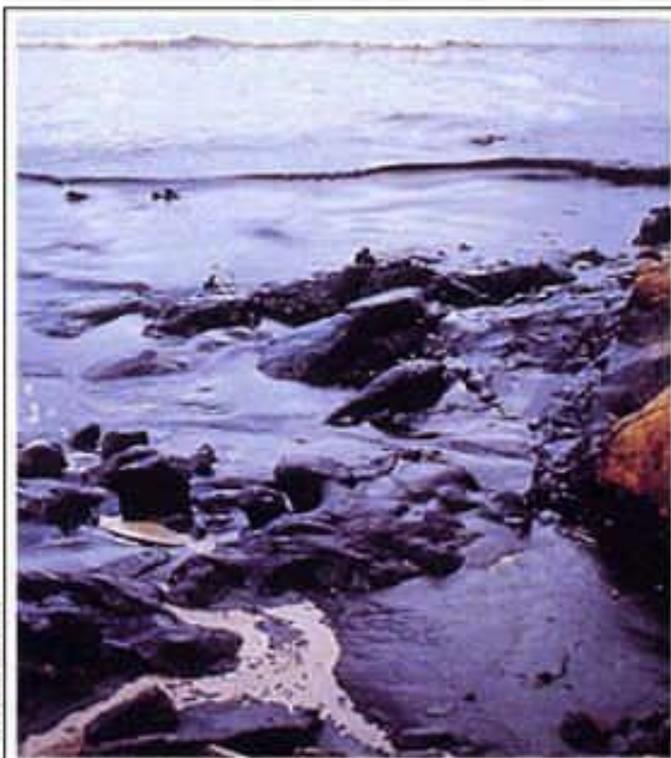
Humour
« noir » ?



Parodie pour
dénoncer l'activité
d'une entreprise
(travail des enfants)



... qui peut conduire
à des actions de
boycott



www.total.fr



PARTENAIRE
OFFICIEL
DE LA FIN DU
MONDE 2000.

Vous ne viendrez plus chez nous, même par hasard.







DON'T BUY  ExxonMobil

STOP

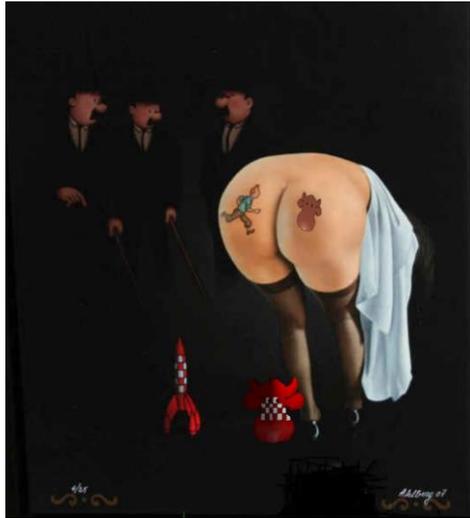


**STOP
PLUTONIUM**



L'ARRÊT VA DE SOI

Ceci n'est pas une parodie ?



La parodie : une histoire de notoriété et d'argent ?

<p>\$90,000 SOLD BY FAT CAT ARTISTS AND MILLIONAIRE GALLERY OWNERS</p>  <p>Based on people you follow 24991 likes</p> <p>bigtime023 like her lounge kashimem (@kalyosozkz basically) ✨ she's obviously my purrfect sister from another messer! 🐱 richardprince1234 Private Lives, mind if I sneeze on</p> <p>size: 67x55 materials: ink jet on canvas profits go to rich gallery owner and millionaire "artist"</p>	<p>\$90 SOLD BY SUICIDEGIRLS</p>  <p>Based on people you follow 24991 likes</p> <p>bigtime023 like her lounge kashimem (@kalyosozkz basically) ✨ she's obviously my purrfect sister from another messer! 🐱 richardprince1234 Private Lives, mind if I sneeze on suicidegirls true art</p> <p>size: 67x55 materials: ink jet on canvas sold by the actual people who created the image and profits go to charity</p>
---	--

U.S. Parody - Rogers v. Koons (2d Cir. 1992)



Jean-François Bauret/Koons “Naked”

TGI Paris, 9 mars 2017

La veuve du photographe réclamait 3 millions d'euros de dommages et intérêts à Koons, rappelant qu'un exemplaire de cette œuvre avait été vendu 8 millions de dollars en 2008 par Sotheby's à New York. Jeff Koons n'est condamné à ne verser "que" 20 000 euros.





Le caractère non familier pour le public de la première photographie, notamment en raison de l'écoulement du temps entre les deux événements (30 ans) ne permettait pas son identification et partant « de percevoir la référence à elle dans l'œuvre de Koons et le caractère transformatif revendiqué par la démarche créatrice de l'artiste. »

+ connaissance des circuits d'autorisation

CA Paris 23 février 2021

190 000 euros de condamnation (135.000 euros de dommages et intérêts devant TGI 2008)

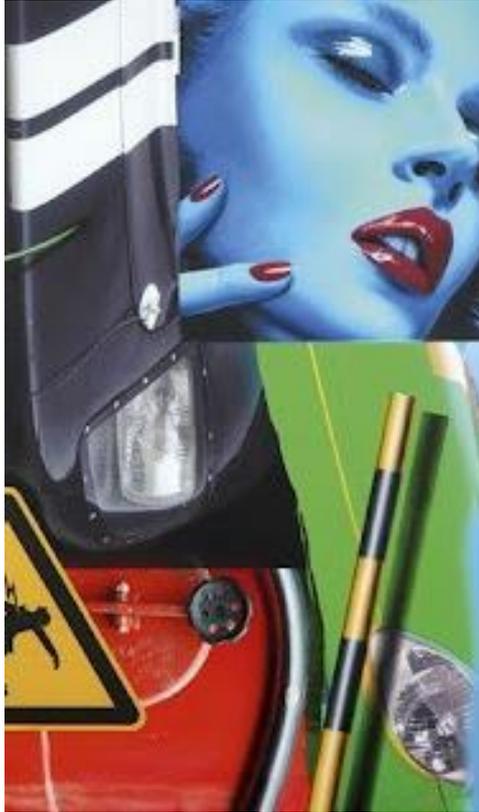
Condamnation assortie d'une interdiction d'exposer la sculpture et de la reproduire. La diffusion d'images sur Internet est sanctionnée par une astreinte.

Alix Malka c/ Peter Klasen

Cour de cassation 15 mai 2015

- Le 18 Septembre 2013, la Cour d'appel de Paris avait condamné Klasen pour contrefaçon, déclarant que *« les droits sur des œuvres arguées de contrefaçon ne sauraient en effet, faute d'intérêt supérieur, l'emporter sur ceux des œuvres dont celles-ci sont dérivées, sauf à méconnaître le droit à la protection des droits d'autrui en matière de création artistique »*.
- En cassation, le peintre revendique que l'intégration des photographies dans ses toiles poursuivait un **but critique**, et invoque sa liberté de création.
- La Cour de cassation censure l'arrêt d'appel au visa de l'article 10 de la CESDH, énonçant *« qu'en se déterminant ainsi, sans expliquer de façon concrète en quoi la recherche d'un juste équilibre entre les droits en présence commandait la condamnation qu'elle prononçait, la Cour d'appel a privé sa décision de base légale.*





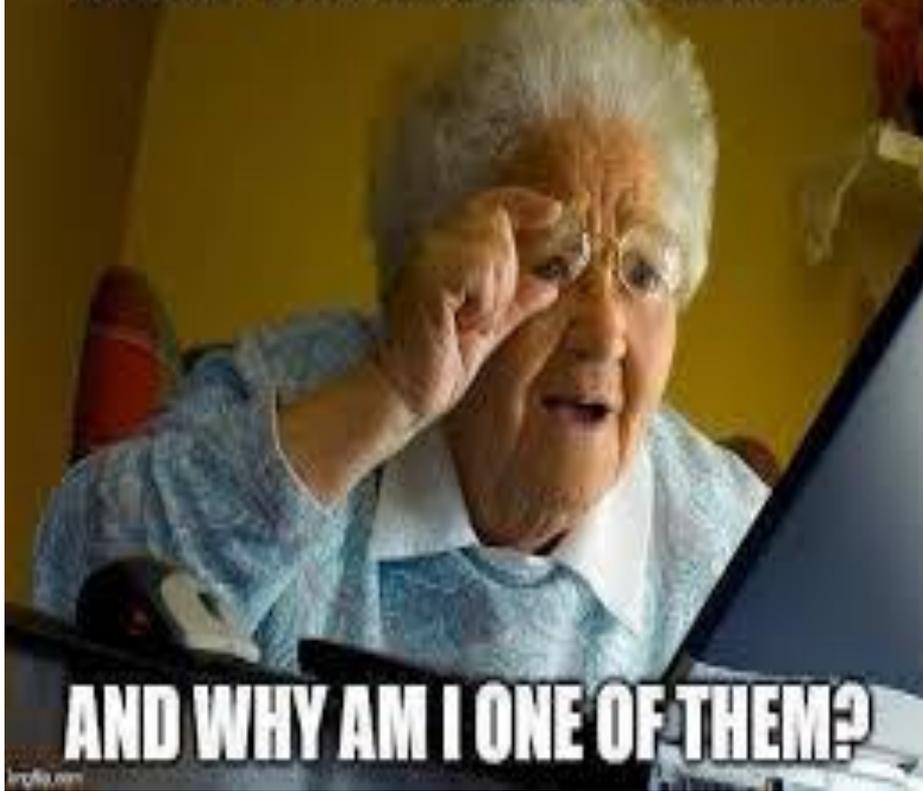
Alix Malka c/ Peter Klasen
CA Versailles (renvoi) 16 mars 2018, n° 15-06029 / Caractère emblématique de l'œuvre modèle ? Substituabilité ?

Malka défendait que Klasen *ne démontrait pas en quoi il lui était absolument **nécessaire** de reprendre l'intégralité de l'œuvre pour faire passer son prétendu message critique.*

Pour la Cour d'appel de Versailles, il n'était pas nécessaire de reproduire les photographies protégées (qui plus est, sans autorisation) afin d'exprimer sa liberté d'expression, puisque n'importe quelle photographie du même type, publicitaire, aurait pu être utilisée pour communiquer l'opinion critique du peintre Alix Malka.

A contrario, la reproduction peut-elle être nécessaire (et donc non autorisée) pour des « œuvres emblématiques » ?

WHAT THE HECK IS A MEME?



AND WHY AM I ONE OF THEM?



Quels plans ?

Par droit de propriété
intellectuelle
(DA/DV/Marques/DM)

- Diversité des régimes
- Transversalité des conditions

En distinguant les arbitrages
internes et les arbitrages
externes : quel rapport du
principe à l'exception ?

- Au sein de la PI : des exceptions
- Par la liberté d'expression : le test de proportionnalité

En distinguant selon la mise
en œuvre de la protection

- L'intervention ex post : attendre l'atteinte/ l'absence de « droit à » la parodie
- Le filtrage ex ante (article 17)

Par les caractéristiques de la
parodie et/ou de la critique

- Ni trop loin
- Ni trop près

Quels plans ?

Par droit de propriété
intellectuelle
(DA/DV/Marques/DM)

- Diversité des régimes
- Transversalité des conditions

En distinguant les arbitrages
internes et les arbitrages
externes : quel rapport du
principe à l'exception ?

- Au sein de la PI : des exceptions
- Par la liberté d'expression : le test de proportionnalité

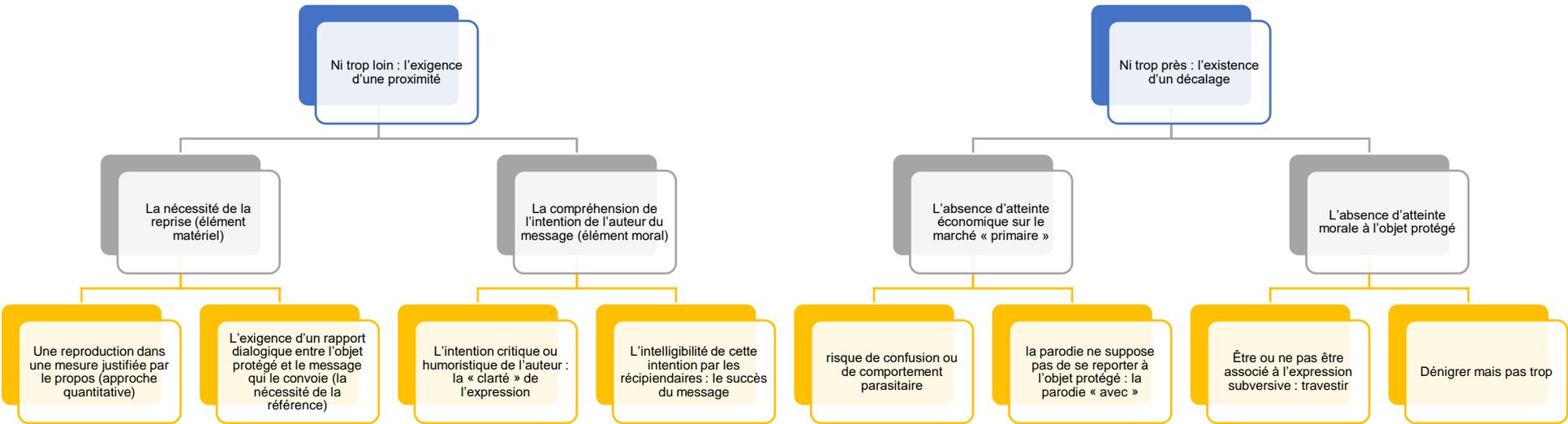
En distinguant selon la mise
en œuvre de la protection

- L'intervention ex post : attendre l'atteinte/ l'absence de « droit à » la parodie
- Le filtrage ex ante (article 17)

Par les caractéristiques de la
parodie et/ou de la critique

- Ni trop loin
- Ni trop près

La juste distance





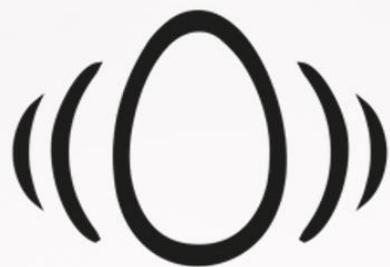
LA PARODIE

EN DROIT DES MARQUES



STEFAN MARTIN

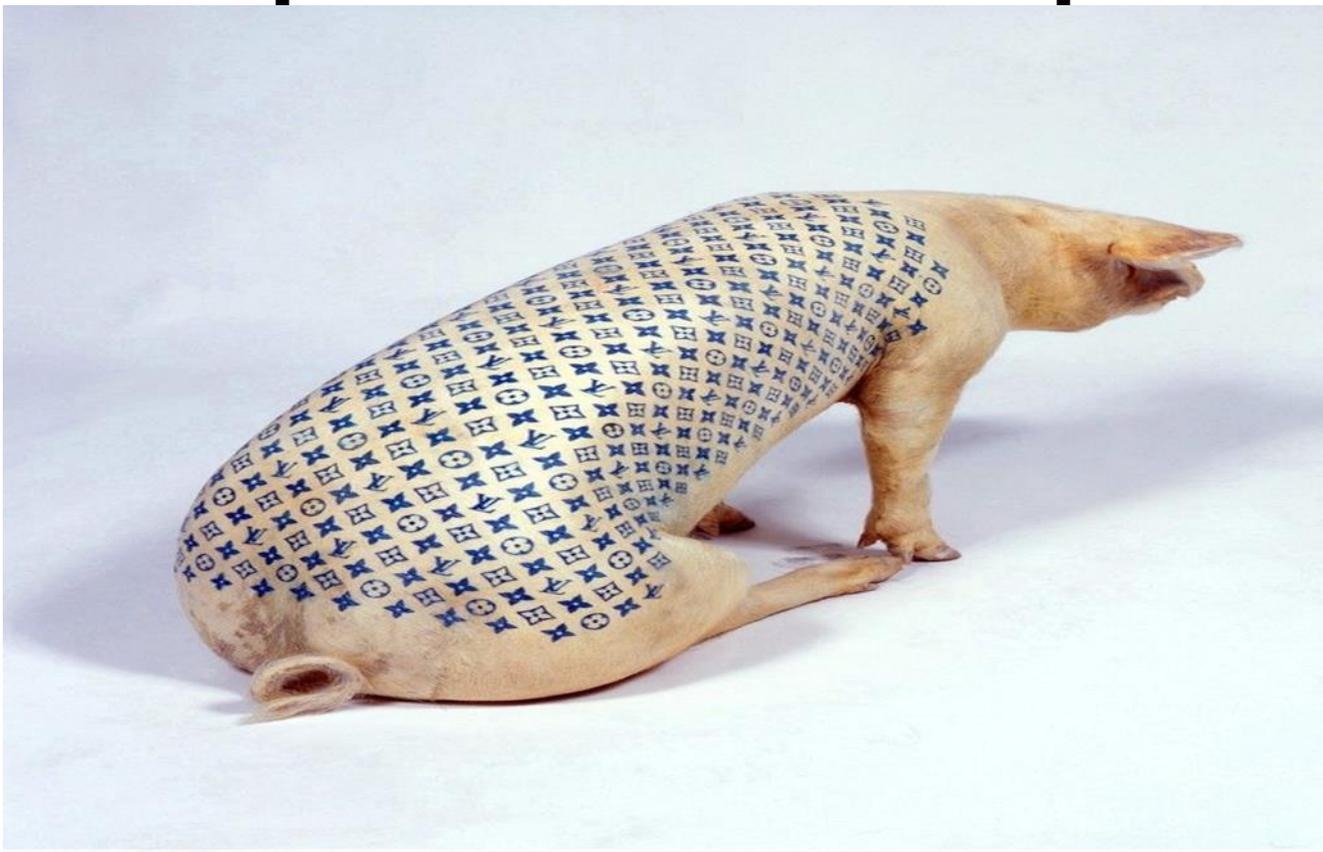
Member of the Boards of appeal at EUIPO



APRAM

ASSOCIATION DES PRATICIENS DU DROIT DES MARQUES ET DES MODÈLES

La parodie des marques



Sujet: exclusion de l'action en responsabilité civile fondée sur l'article 1240 et 1241 C.civ. et la parodie « fautive »

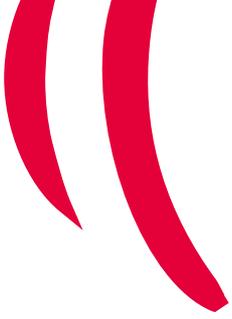
J. Canlorbe, JurisClasseur Marques - Dessins et modèles Fasc. 7513 : CONTREFAÇON DE MARQUE. – Usage illicite de marque

Prolégomène : la parodie de la marque un faux débat?

> <https://youtu.be/9bJmNR8KLcg>

La parodie vise non la marque mais la marque en relation avec des produits et des services et son titulaire

Ainsi la moquerie vise le titulaire



De l'inexistence d'une exception de « parodie en droit des marques: France/UE



Proposition du Parlement

RAPPORT sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil rapprochant les législations des États membres sur les marques (refonte)

16.1.2014 - (COM(2013)0162 – C7-0088/2013 – 2013/0089(COD))

Article 14 (1)(c):

(v) v) est fait à des fins de parodie, d'expression artistique, de critique ou de commentaires;

Cette proposition n'a pas été reprise et ne figure pas dans la Directive, le RMUE et le CPI



Resolution Congres AIPPI Rio 2015

The protection afforded to the trademark owner should not be absolute. Limitations and defences should be available in accordance with trademark law generally, and at least in each of the following cases:

- a. parody and/or freedom of expression, provided the use is for non-commercial purposes.**



La parodie en 2016?

Le paquet marque de 2016 n'a pas introduit d'exception/limitation en faveur de la parodie de la marque



Alors qu'elle figure....

Directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information

Article 5

Exceptions et limitations

3. Les États membres ont la faculté de prévoir des exceptions ou limitations aux droits prévus aux articles 2 et 3 dans les cas suivants:

k) lorsqu'il s'agit d'une utilisation à des fins de caricature, de parodie ou de pastiche;

Alors qu'elle figure....

RÈGLEMENT (UE) 2024/2822 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 23 octobre 2024 modifiant le règlement (CE) no 6/2002 du Conseil sur les dessins ou modèles communautaires et abrogeant le règlement (CE) no 2246/2002 de la Commission

Article 20

Limitation des droits conférés par un dessin ou modèle de l'UE

1. Les droits conférés par un dessin ou modèle de l'UE ne s'exercent pas à l'égard:
 - > e) d'actes accomplis à des fins de commentaire, de critique **ou de parodie**;

Ainsi à défaut d'une exception ou limitation par le texte expressis verbis

CJUE, 29 juill. 2019, aff. C-516/17, Spiegel Online GmbH c/ Volker Beck, EU:C:2019:625

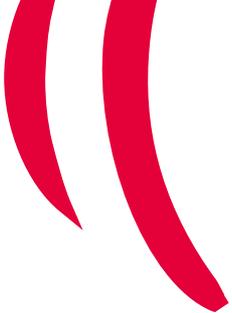
47 Dans ce contexte, permettre, nonobstant la volonté expresse du législateur de l'Union, rappelée au point 41 du présent arrêt, à chaque État membre d'introduire des dérogations aux droits exclusifs de l'auteur, visés aux articles 2 à 4 de la directive 2001/29, en dehors des exceptions et des limitations prévues de manière exhaustive à l'article 5 de cette directive menacerait l'effectivité de l'harmonisation du droit d'auteur et des droits voisins réalisée par ladite directive ainsi que l'objectif de sécurité juridique poursuivi par celle-ci (arrêt du 13 février 2014, Svensson e.a., C-466/12, EU:C:2014:76, points 34 et 35). En effet, il ressort expressément du considérant 31 de cette même directive que les disparités qui existaient au niveau des exceptions et des limitations à certains actes soumis à restrictions avaient une incidence négative directe sur le fonctionnement du marché intérieur dans le domaine du droit d'auteur et des droits voisins, la liste des exceptions et des limitations contenue à l'article 5 de la directive 2001/29 visant ainsi à assurer ce bon fonctionnement.



Ainsi...

CJUE, 29 juill. 2019, aff. C-516/17, Spiegel Online GmbH c/ Volker Beck, EU:C:2019:625

49 Eu égard aux considérations qui précèdent, il y a lieu de répondre à la troisième question que la liberté d'information et la liberté de la presse, consacrées à l'article 11 de la Charte, **ne sont pas susceptibles de justifier, en dehors des exceptions et des limitations prévues à l'article 5, paragraphes 2 et 3, de la directive 2001/29, une dérogation aux droits exclusifs de reproduction et de communication au public de l'auteur, visés respectivement à l'article 2, sous a), et à l'article 3, paragraphe 1, de cette directive.**



L'inutile détour par la liberté d'expression



RMUE, 21eme considerant

L'usage d'une marque fait par des tiers à des fins **d'expression artistique** devrait être considéré comme loyal, dès lors qu'il est également conforme aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale. En outre, le présent règlement devrait être appliqué de façon à garantir le plein respect des **libertés et droits fondamentaux, en particulier la liberté d'expression.**

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

Première directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des États membres sur les marques

Article 5

La marque enregistrée confère à son titulaire un droit exclusif. Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage, dans la vie des affaires [...]

Ordonnance n° 2019-1169 du 13 novembre 2019, art. 5 ; art. L. 713-2 et L. 713-3 CPI

Est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires pour des produits ou des services [...]

Est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires, pour des produits ou des services, d'un signe identique ou similaire à la marque jouissant d'une renommée et utilisé pour des produits ou des services identiques, similaires ou non similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, si cet usage du signe, sans juste motif, tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque, ou leur porte préjudice.

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

CJCE, 12 nov. 2002, aff. C-206/01, ECLI:EU:C:2002:651, Arsenal, point 40

« L'usage du signe identique à la marque a bien lieu dans la vie des affaires, dès lors qu'il se situe dans le contexte d'une **activité commerciale visant à un avantage économique et non dans le domaine privé** ».

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

> ADPIC: art. 16.1

Article 16

Droits conférés

1 . Le titulaire d'une marque de fabrique ou de commerce enregistrée aura le droit exclusif d'empêcher tous les tiers agissant sans son consentement **de faire usage au cours d'opérations commerciales** de signes identiques ou similaires pour des produits ou des services identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque de fabrique ou de commerce est enregistrée dans les cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion.

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

> CA Paris, 4e ch., section A, 30 Avril 2003





L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

CA Paris, 4e ch., section A, 30 Avril 2003

Dénonciation des plans de restructuration sociale

« Les signes « jeboycottedanone.net » et « jeboycottedanone.com » ne visent manifestement pas à promouvoir la commercialisation de produits ou de services, concurrents de ceux des sociétés intimées, en faveur de l'association Réseau Voltaire et d'Olivier M. mais relève au contraire d'un usage purement polémique étranger à la vie des affaires »

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

TGI Paris, 10 nov. 2011, no 10/09164 "Camping 2"





L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

TGI Paris, 10 nov. 2011, no 10/09164

Dans le film Camping 2, Paul G porte un tee-shirt revêtu des inscriptions D&G et DOLCE GABBANA. Néanmoins, les signes figurant sur ce tee-shirt qui ne fait l'objet d'aucune commercialisation, ont pour objet de faire apparaître, au travers son apparence physique et son habillement, le côté "m'as tu vu" du personnage qui, dans ses premières apparitions à l'écran, aime faire état de sa réussite professionnelle et des richesses que celle-ci lui a permis d'acquérir.

L'emploi des signes en cause a donc uniquement pour objet de définir les traits de caractère d'un des personnages du film. Or un personnage de fiction dans une œuvre cinématographique, n'est pas un produit identique ou similaire à un vêtement et l'usage du signe est étranger à la vie des affaires.

Il convient donc d'admettre que l'emploi des marques dans un contexte parodique ou caricatural mais qui n'est source d'aucun dénigrement ni d'aucun avantage commercial, relève de la liberté d'expression et de la création artistique et ne peut être interdit sur le fondement de l'atteinte à la marque renommée.

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

TGI Paris, réf., 2 août 2002, aff. CEA c/ Greenpeace,; Comm. com. électr. 2002, comm. 140, obs. C. Caron.



« La finalité des imitations de Greenpeace ne se situe pas sur le terrain commercial mais sur le terrain de la liberté d'expression dans le cadre du droit à la critique et à la caricature".

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

TGI Paris, 3e ch., 4e sect., 28 nov. 2013, L. Collard c/ Sté Telfrance Série et Facebook France : Propr. industr. 2014, comm. 27, note P. Tréfigny « Plus Belle La Vie »

Page Facebook PBLV Marseille

Suspension du compte à la demande de la société de production
« Plus Belle La Vie »

« Le titulaire d'une marque est habilité à faire interdire l'usage d'un signe identique à la marque, lorsque cet usage se situe dans le contexte d'une activité commerciale visant à un avantage économique et non dans le domaine privé »

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

Cour d'appel de Paris, pôle 5, 1^{re} ch., 22 septembre 2020, 2018/19018

La Voix du Nord SA c. Christopher S et Commune d'Hénin-Beaumont

En l'espèce, comme l'a relevé le jugement, cette page FACEBOOK ne contient pas de publicité commerciale, ni n'incite à participer à des opérations commerciales, et Monsieur S ne tire pas un avantage économique de son exploitation.

Si elle relaie une opinion politique et contient des critiques à l'égard des opposants politiques au maire de la commune d'Hénin-Beaumont et au journal La Voix du Nord édité par l'appelante, cette page a été diffusée sur le réseau socialFACEBOOK, elle est accessible gratuitement aux internautes et leur permet d'apporter les commentaires q u'ils souhaitent, et son absence de périodicité définie n'est pas contestée.

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

J. Passa, Les conditions générales d'une atteinte au droit sur une marque, Propr. industr. 02/2005, étude 2.

"Contrairement à ce que d'autres formules de ces arrêts peuvent laisser penser, et à la façon dont ceux-ci ont le plus souvent été interprétés, il ne s'est pas agi d'arbitrer un conflit entre un droit de marque et la liberté d'expression. Le droit de marque étant inopposable, la qualification de contrefaçon est nécessairement exclue, sans même que le défendeur ait, sur le terrain du droit des marques, à invoquer la liberté d'expression ou une prétendue exception de parodie ou encore l'absence de risque de confusion, ces moyens de défense supposant qu'une atteinte au droit de marque est a priori constituée ou susceptible de l'être.

L'absence d'atteinte au droit de marque n'exclut pas cependant que le détournement ou la parodie à des fins militantes soit condamnée sur le fondement de la responsabilité civile s'il est l'occasion d'une faute et notamment d'un dénigrement des produits ou services ou de l'entreprise visés«

L'absence d'usage dans le cours normal des affaires

T. Azzi , Droit des marques - L'atteinte au droit de marque sur Internet . - Regard de droit européen et de droit français, Propriété industrielle n° 2 du 1er février 2022 - -

13. - Une autre problématique très connue est celle de la parodie de marque. L'usage détourné d'une marque au sein d'un nom de domaine, en vue de critiquer l'entreprise qui la détient, constitue-t-il un acte de contrefaçon ? La réponse vient une fois de plus de la notion d'usage dans la vie des affaires : pareil comportement obéit à une finalité critique ou polémique qui est étrangère à la vie des affaires, ce qui empêche d'y voir une atteinte au droit de propriété intellectuelle. La solution résulte notamment du célèbre arrêt *jeboycottedanone.com* rendu par la cour d'appel de Paris »

N. Binctin, Usage de la marque dans la vie des affaires - L'apport des gilets jaunes au droit des marques, Propriété industrielle n° 6, Juin 2024, comm. 43



L'inutile détour par la liberté d'expression artistique

EXPRESSION ARTISTIQUE



EXPRESSION ARTISTIQUE: TOM SACHS



EXPRESSION ARTISTIQUE:



EXPRESSION ARTISTIQUE

COUR DE JUSTICE BENELUX, 23 SEPT. 2019, *MOËT HENNESSEY C. CEDRIC ART*,
2018/1/8





EXPRESSION ARTISTIQUE

COUR DE JUSTICE BENELUX, 23 SEPT. 2019, *MOET HENNESSEY C. CEDRIC ART*, 2018/1/8

- La liberté artistique est une facette du droit à la liberté d'expression (pt.9)
- Permet l'utilisation d'une marque (pt.9)
- Lorsque l'expression artistique est le résultat original d'un processus de mise en forme créative (pt.9)
- Qui n'est pas destinée à porter préjudice à la marque ou à son titulaire (pt.9)



EXPRESSION ARTISTIQUE

Bundergerichthof, 3 fev. 2005, no. I ZR 159/02

**Über allen Wipfeln ist Ruh,
irgendwo blökt eine Kuh.
Muh!**

Rainer Maria Rilke

L'absence d'atteinte aux fonctions de la marque **[trad, L'absence d'usage a titre de marque]**

CJUE, 25 juill. 2018, aff. C-129/17, EU:C:2018:594, Mitsubishi Shoji Kaisha Ltd c/ Duma Forklifts NV, point 34

La Cour a eu l'occasion de constater à maintes reprises que le droit exclusif du titulaire de la marque a été octroyé afin de permettre à celui-ci de protéger ses intérêts spécifiques en tant que titulaire de cette marque, c'est-à-dire d'assurer que cette dernière puisse remplir ses fonctions propres et que, dès lors, l'exercice de ce droit doit être réservé aux cas dans lesquels l'usage du signe par un tiers porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque. Parmi ces fonctions figurent non seulement la fonction essentielle de la marque qui est de garantir aux consommateurs la provenance du produit ou du service, mais également les autres fonctions de celle-ci, comme notamment celle consistant à garantir la qualité de ce produit ou de ce service, ou celles de communication, d'investissement ou de publicité

v.egal. CJUE, 25 janv. 2024, aff. C-334/22, Audi AG c/ GQ,



L'absence d'usage a titre de marque

**TGI Paris, 16 nov. 2017, 3eme chambre, 1ere section, RG
16/10517**

“ A défaut d'atteinte aux fonctions de ses droits, l'utilisation du signe est, sur le plan du droit des marques, libre »



L'absence d'atteinte aux fonctions de la marque

Le public pertinent ne perçoit pas la marque reproduite sur une œuvre artistique comme une indication qu'elle provient du titulaire de la marque

L'absence d'atteinte aux fonctions de la marque

CJCE, 25 janv. 2007, aff. C-48/05, EU:C:2007:55, Adam Opel AG c/ Autec AG, point 24

24 Si, par ces explications, la juridiction de renvoi a entendu souligner que le public pertinent ne perçoit pas le signe identique au logo Opel figurant sur les modèles réduits commercialisés par Autec comme une indication que ces produits proviennent d'Adam Opel ou d'une entreprise économiquement liée à cette dernière, force lui serait alors de constater que l'usage en cause au principal ne porte pas atteinte à la fonction essentielle du logo Opel en tant que marque enregistrée pour des jouets. La marque n'est pas utilisée par l'artiste afin de distinguer ses produits des produits de ses concurrents



Parodie et l'absence de risque de confusion

En passant l'absence de « double identité »

Article L713-2

Est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires pour des produits ou des services :

1° D'un signe identique à la marque et utilisé pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels la marque est enregistrée ;



L'absence de risque de confusion

Article L713-2

Est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires pour des produits ou des services :

2° D'un signe identique ou similaire à la marque et utilisé pour des produits ou des services identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, s'il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion incluant le risque d'association du signe avec la marque.

L'absence de risque de confusion

Théorie de la neutralisation conceptuelle

CJUE, 17 sept. 2020, aff. jointes C-449/18 P et C-474/18 P, Lionel Andrés Messi Cuccittini c/ EUIPO, point 85 (Messi/Massi)

Les différences conceptuelles entre deux signes peuvent neutraliser des similitudes visuelles et phonétiques entre eux, pour autant qu'au moins l'un de ces signes a, dans la perspective du public pertinent, une signification claire et déterminée, de telle sorte que ce public est susceptible de la saisir directement »



L'absence de risque de confusion

D. Guerin-Seysen, « Campagne anti-tabac et droit des marque », Revue Juridique de l'Ouest 2008/2, p. 227, 230.

Ainsi travestie, la marque peut être reconnue mais « l'exagération exclut tout risque de confusion ».

*S. Martin, Le 27ème considérant de la Directive et le 21ème du RMUE : un nouveau souffle pour l'exception de parodie en droit des marques ?
Revue Francophone de la Propriété Intellectuelle [Numéro spécial Décembre 2021]*

L'absence de risque de confusion

CA Paris, pôle 5 - ch. 1, 25 janv. 2012, n° 10/09512

The logo for the newspaper 'Le Monde', featuring the words 'Le Monde' in a black, gothic-style font on a white background with a subtle grid pattern.The logo for 'Le Monte', featuring the words 'Le Monte' in a black, gothic-style font on a light blue background.

ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CA Paris, pôle 5 - ch. 1, 25 janv. 2012, n° 10/09512



Sarko est une bête de sexe

Nature La folle histoire d'amour du président et de son amie la biquette

On savait que son pénis était celui d'un grand homme. Mais on n'avait pas eu l'occasion de voir le président, de ses dringues et d'organismes à la pelle (lire nos éditions précédentes). Bref, nous savions que notre grand président bien-aimé était dans une forme



stymogique. Depuis la victoire de Dany aux Élections, on sentait comme un vol de la France, c'est un amoureux de la France, pas chaque nation qui pense et que la part est apte et dégage de ce portrait insouciant et fin. Sarko est un homme sage, qui aime les bêtes et les hommes, on peut dire qu'il est le plus équilibré qu'on ait vu en France. C'est tout simplement dans le cadre d'un amour dans la forme de Jacques-Yves, le publicitaire de la France qui a récemment découvert qu'il a trouvé un amour composé de sa vie, que nous pouvons nous sentir à l'aise avec la nature et la bête. Tout est allé super vite. Elle a été. Quel amour. Il lui a dit qu'il était amoureux de elle. Bon, peut-être il s'agit d'un amour, mais si c'est un amour, on peut dire qu'il est un amour et tout, avec une bête qui est aussi un homme. Vous pouvez acheter un vrai œuf et tout le monde sait.

CHRISTINE TOUTOU





ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CA Paris, pôle 5 - ch. 1, 25 janv. 2012, n° 10/09512

Considérant, sur le deuxième point, que « LeMonte » revendique clairement sa nature de pastiche par la présence, dans le coin supérieur droit de la manchette, d'un avertissement, figurant dans un encadré en majuscules et gros caractères de couleur indiquant « Pastiche vraiment rigolo » avec en sous-titre la mention « Avec de vrais morceaux d'humour dedans » ; que les numéros 14 à 17 portent en outre, sur presque toute la largeur de la page et barrant le titre « Le Monte » en lettres capitales de couleur rouge, la mention « Le journal interdit par Sarko » ; **que le public est ainsi appelé par « Le Monte » lui-même à comprendre qu'il s'agit d'un pastiche à ne pas confondre avec le modèle ;**



ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CA Paris, pôle 5 - ch. 1, 25 janv. 2012, n° 10/09512

Considérant que le risque de confusion est d'autant moins à craindre en l'espèce que le public du Monde est par définition composé de lecteurs lettrés, supérieurement avertis de la configuration de la presse écrite en France, qui savent distinguer entre informations et extravagances, journalisme et divagation ;

ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

> TGI Paris, 21 juin 2000, 3ème Chambre 1ère section, N° 99/03068



Le Monde



ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CA Paris, pôle 5 - ch. 2, 21 sept. 2012, n°
10/11630



ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CA Paris, pôle 5 - ch. 2, 11 déc.. 2015, n°
10/09512





ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CA Paris, pôle 5 - ch. 2, 21 sept. 2012, n°
10/11630

Non

« Attention ! Ceci est une grossière contrefaçon signée
JALONS » et « 3€ comme le vrai »

ENTREVUE "TOUTES LES VERITES SONT BONNES A
DIRE«

“Fientrevue Toutes les conneries sont bonnes a dire »



L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

Cour Supreme des Etats Unis, 8 juin 2023, Jack Daniel's Properties c/ VIP Products LLC, U.S. 140 (2023)

Jouet pour chien qui couine lorsque le chien le mord



L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION



This product is not affiliated with Jack Daniel Distillery.”



L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

Cour Supreme des Etats Unis, 8 juin 2023, Jack Daniel's Properties c/ VIP Products LLC, U.S. 140 (2023), p.18.

A parody must “conjure up” “enough of [an] original to make the object of its critical witrecognizable.” Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc., 510

U. S. 569, 588 (1994) (internal quotation marks omitted). Yet to succeed, the parody must also create contrasts, so that its message of ridicule or pointed humor comes clear. And once that is done (if that is done), a parody is not often likely to create confusion.



L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

Jack Daniel's Properties c/ VIP Products LLC, US District Court for the district of Arizona, No. CV-14-02057-PHX-SMM, p.47

However, beginning the Sleekcraft evaluation with the premise that a successful parody is unlikely to be confusing, the Court finds that Jack Daniel's has not shown by a preponderance of the evidence that VIP's "Bad Spaniels" toy creates a likelihood of confusion. The foremost concern of trademark infringement is consumer confusion as to source, and, when accounting for parody, the Court cannot conclude based on the Sleekcraft factors that consumer confusion is likely.

L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

Louis Vuitton Malletier S.A. v. Haute Diggity Dog, LLC
United States Court of Appeals for the Fourth Circuit 507
F.3d 252 (4th Cir. 2007)





L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

Louis Vuitton Malletier S.A. v. Haute Diggity Dog, LLC
United States Court of Appeals for the Fourth Circuit 507
F.3d 252 (4th Cir. 2007)

Recognizing that "Chewy Vuiton" is an obvious parody and applying the Pizzeria Uno factors, we conclude that LVM has failed to demonstrate any likelihood of confusion. Accordingly, we affirm the district court's grant of summary judgment in favor of Haute Diggity Dog on the issue of trademark infringement.

Crit. P. Trefigny, La parodie en droit des marques Un traitement nécessairement différent du droit d'auteur, Prop.int. Oct. 2023, no. 89, p. 20

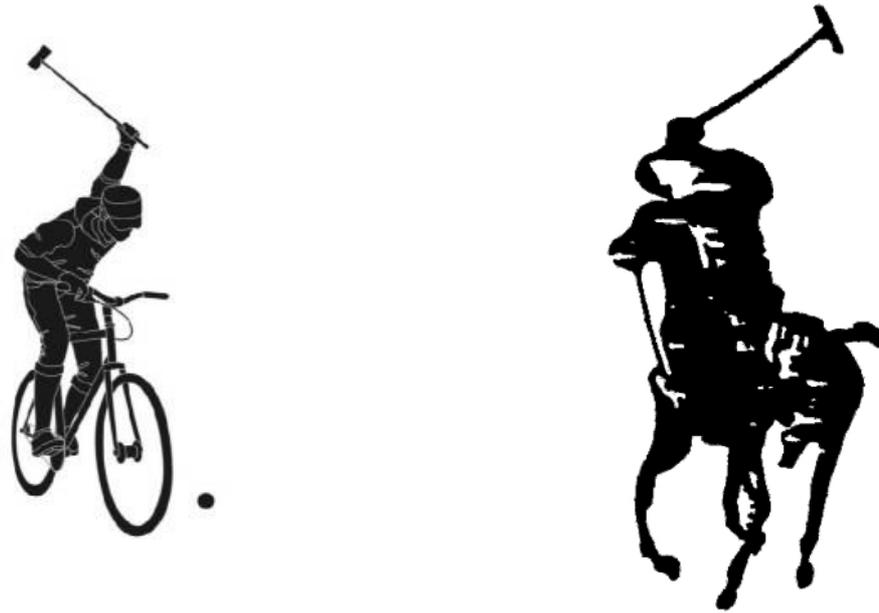
L'ABSENCE DE RISQUE DE CONFUSION

CJUE, aff. C 201/13, ECLI:EU:C:2014:2132, Johan Deckmyn et al. c/ Helena Vandersteen et al

20 S'agissant du sens habituel du terme «parodie» dans le langage courant, il est constant, ainsi que l'a relevé M. l'avocat général au point 48 de ses conclusions, que la parodie a pour **caractéristiques essentielles, d'une part, d'évoquer une œuvre existante, tout en présentant des différences perceptibles par rapport à celle-ci**, et, d'autre part, de constituer une manifestation d'humour ou une raillerie.

ET POURTANT!

TUE, 18 sept. 2014, T-265/13, Boy on bike with mallet, EU:T :2014:779, § 32
(classe 25)





ET POURTANT!

Niveau d'attention moyen

Produits identiques ou très similaires

Marques similaires

Caractère distinctif accru par l'usage

Mais....

Le consommateur peut-il réellement être “confondu”??

Peut-il croire que le titulaire a parodié sa marque?

Le genre induit une ressemblance et une distance



ET POURTANT!

Fig. 1.



Fig. 2.



Classe 25

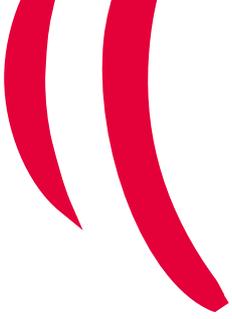


ET POURTANT!

IP High court, 27 juin 2013, 2012(Gyo-Ke)
10454)

Similitude des marques, similitude des
produits, renommée de la marque PUMA=
RdC

P. Girard Foley, Y. Basire, Un an de propriété
industrielle en Asie – Chronique, Propriété
industrielle n° 12 du 1er décembre 2013



L'atteinte aux marques de renommée



MARQUE JOUISSANT D'UNE RENOMMÉE

Article L713-3 CPI: Est interdit, sauf autorisation du titulaire de la marque, l'usage dans la vie des affaires, pour des produits ou des services, d'un signe identique ou similaire à la marque jouissant d'une renommée et utilisé pour des produits ou des services identiques, similaires ou non similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, si cet usage du signe, sans juste motif, tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque, ou leur porte préjudice.

Article 8(5) RMUE: 5. Sur opposition du titulaire d'une marque antérieure enregistrée au sens du paragraphe 2, la marque demandée est refusée à l'enregistrement si elle est identique ou similaire à une marque antérieure, indépendamment du fait que les produits ou services pour lesquels elle est demandée sont identiques, similaires ou non similaires à ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, lorsque cette marque antérieure est une marque de l'Union européenne qui jouit d'une renommée dans l'Union ou une marque nationale qui jouit d'une renommée dans l'Etat membre concerné, et que l'usage sans juste motif de la marque demandée tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de cette marque antérieure ou leur porterait préjudice



MARQUE JOUISSANT D'UNE RENOMMÉE

TUE, 23 oct. 2024, aff. T-1185/23, EU:T:2024:713, Bimbo SA c/ EUIPO,

18 S'agissant du risque visé par l'article 8, paragraphe 5, du [RMUE il convient de relever que, si, certes, la fonction première d'une marque consiste en sa fonction d'origine, il n'en demeure pas moins qu'une marque agit également comme moyen de transmission d'autres messages concernant, notamment, les qualités ou les caractéristiques particulières des produits ou des services qu'elle désigne, ou les images et les sensations qu'elle projette. En ce sens, toute marque possède une valeur économique intrinsèque autonome et distincte par rapport à celle des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée. Les messages véhiculés notamment par une marque renommée ou qui lui sont associés confèrent à celle-ci une valeur importante et digne de protection, et ce d'autant plus que, dans la plupart des cas, la renommée d'une marque est le résultat d'efforts et d'investissements considérables de son titulaire. Ainsi, l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 assure la protection d'une marque renommée à l'égard de toute demande de marque identique ou similaire qui pourrait porter atteinte à son image, même si les produits visés par la marque demandée ne sont pas analogues à ceux pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée



Critères

CJCE, 27 nov. 2008, aff. C-252/07, EU:C:2008:655, Intel Corporation, point 30

La marque antérieure prétendument renommée doit être enregistrée

L'existence d'une renommée de la marque

L'identité ou à la similitude des marques en conflit

L'existence d'un lien

L'existence d'un risque de voir l'usage sans juste motif de la marque demandée tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou leur porter préjudice

LA RENOMMÉE

MARQUES INCONNUES: RAREMENT PARODIÉES





L'IDENTITÉ OU LA SIMILITUDE DES SIGNES

Critères identiques/Risque de confusion

Degré requis différent

L'IDENTITÉ OU LA SIMILITUDE DES SIGNES

MARQUES INCONNUES: RAREMENT PARODIEES



Goolog

exporting censorship, one search at a time



Fraud



EXISTENCE D'UN LIEN

Critères

Le fait que la marque demandée évoque la marque antérieure dans l'esprit du consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, équivaut à l'existence d'un tel lien

Il est de l'essence de la parodie d'évoquer la marque antérieure (sujet de la parodie) tout en s'en distançant

PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE





PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE

CJCE, 30 avr. 2009, aff. C-136/08 P, EU:C:2009:282, Japan Tobacco c /OHMI, point 39

« Admettre que l'usage de la marque demandée tire indument profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure nécessite la preuve d'une association de la marque demandée avec des qualités positives de la marque antérieure identique ou similaire, lesquelles pourraient donner lieu à une exploitation ou à un parasitisme manifestes par la marque demandée »



PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE

TUE, 3 mai 2018, aff. T-662/16, EU:T:2018:242, Gall Pharma GmbH c/ EUIPO

L'image de la marque renommée ou les caractéristiques projetées par cette dernière soient transférées aux produits désignés par la marque demandée, de sorte que leur commercialisation puisse être facilitée par cette association avec la marque antérieure renommée.

La parodie est un outil promotionnel qui vise à attirer l'attention sur la marque seconde et les produits et les services qu'elles couvrent

PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE

C.A. Rennes, 2ème Ch. Com., 27 avr. 2010, n° 09/00413

M. Boizard Maryline. Droit de la propriété intellectuelle . In: Revue juridique de l'Ouest, 2011-1. pp. 153-154.



PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE

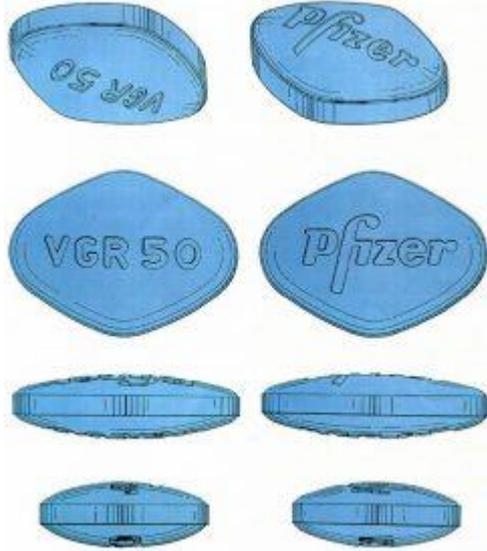
C.A. Rennes, 2ème Ch. Com., 27 avr. 2010, n° 09/00413

« si le principe à valeur constitutionnelle de la liberté d'expression doit permettre, dans un contexte polémique et dans certaines limites, de faire usage d'éléments détournés d'une marque renommée pour exprimer sous une forme parodique des critiques des produits désignés par cette marque ou de l'activité de l'entreprise titulaire des droits sur cette marque, l'usage d'une telle marque par un opérateur économique dans la vie des affaires, à la seule fin de tirer partie de sa notoriété pour commercialiser ses propres produits [tee-shirts] , constitue bien une atteinte à la renommée de la marque ».

PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE

C. Sup. Autriche, 22 sept 2009, aff. 17 Ob 15/09v

Affaire des pepins de courges aphrodisiaques



PARASITISME: TRANSFERT D'IMAGE

C. Sup. Autriche, 22 sept 2009, aff. 17 Ob 15/09v

3.4. Dans le cas présent, la situation est différente. La désignation «Styriagra» peut être une allusion humoristique à la marque bien connue de la demanderesse, mais ce n'est certainement pas une expression de la création artistique. Si tant est qu'il y ait quelque chose à dire, c'est uniquement le droit fondamental à la liberté d'expression qui peut être concerné. Dans ce cas, la dénomination litigieuse pourrait être comprise comme une confrontation ironique avec l'effet purement chimique du produit de la demanderesse, auquel est opposée la force exclusivement naturelle des graines de courge de Styrie. Cependant, la tentative du défendeur d'attirer l'attention sur son propre produit en s'inspirant d'une marque connue est sans aucun doute au premier plan. Le fait que la référence soit drôle renforce certes cet effet réprouvé par l'ordre juridique, mais ne peut le justifier. Même si l'on voulait donc interpréter la création lexicale du défendeur (également) comme une contribution au discours social sur la relation entre les moyens naturels et artificiels pour augmenter la puissance, l'intérêt de la demanderesse à protéger sa marque l'emporte. En conséquence, il convient de maintenir le caractère déloyal de l'utilisation de la marque.

Égal TUE, 3 mai 2018, aff. T-662/16, VIAGRA vs STYRIAGRA

TERNISSEMENT

CJCE, 18 juin 2009, aff. C-487/07, EU:C:2009:378, L'Oréal c/ Bellure, point 40

« En ce qui concerne le préjudice porté à la renommée de la marque, également désigné sous les termes de «ternissement» ou de «dégradation», ce préjudice intervient lorsque les produits ou les services pour lesquels le signe identique ou similaire est utilisé par le tiers peuvent être ressentis par le public d'une manière telle que la force d'attraction de la marque en est diminuée. Le risque d'un tel préjudice peut résulter notamment du fait que les produits ou les services offerts par le tiers possèdent une caractéristique ou une qualité susceptibles d'exercer une influence négative sur l'image de la marque »

TUE, 27 sept. 2012, aff T-373/09, Emidio Tucci, EU:T:2012:500

Vêtements et des chaussures pour dames vs. Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; Matériel de nettoyage et paille de fer

L'existence d'un juste motif

Liberté d'expression?

La liberté d'expression a déjà été intégrée par le législateur dans la définition de l'atteinte et les limitations

Cour d'appel de Rennes, 27 avril 2010, n° 09/00413, Petit navire c/ Petit Chavire

« si le principe à valeur constitutionnelle de la liberté d'expression doit permettre, dans un contexte polémique et dans certaines limites, de faire usage d'éléments détournés d'une marque renommée pour exprimer sous une forme parodique des critiques des produits désignés par cette marque ou de l'activité de l'entreprise titulaire des droits sur cette marque, l'usage d'une telle marque par un opérateur économique dans la vie des affaires, à la seule fin de tirer partie de sa notoriété pour commercialiser ses propres produits, constitue bien une atteinte à la renommée de la marque ».

L'existence d'un juste motif

Liberté d'expression?

Ex abundantia cautaula

Casado vs. Spain 01-Apr-1994, [1994] ECHR 8, 15450/89, (1994) 18 EHRR 1: protection de l'expression commerciale

Markt Intern Verlag GmbH et Klaus Beermann c. République fédérale d'Allemagne, série A n° 165.

Traitement différencié du discours commercial, protection amoindrie dont bénéficie le discours commercial



PARODIE, CARICATURE ET PASTICHE **COMME ÉLÉMENTS DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION** **AU SEIN DU DROIT D'AUTEUR**



SEVERINE DUSOLLIER

Professeure à l'École de droit de Sciences Po Paris

Parodie, caricature et pastiche et autres expressions en droit d'auteur

Séverine Dusollier, Sciences Po

APRAM – 14 mars 2025

De l'origine de la parodie

- Du grec *parôidia*, composé de *pará* (à côté de) et de *ôidḗ* (chant)

Certes, un tel concept de “parodie sérieuse” est à l’évidence contradictoire. Non que la parodie ne puisse être une affaire sérieuse (au contraire, elle est parfois extrêmement sérieuse), mais parce que la parodie ne peut pas prétendre s’identifier complètement avec l’œuvre qu’elle parodie, car elle ne peut renier le fait qu’elle se trouve nécessairement à côté du chant (*para-oiden*) et, donc, qu’elle n’a pas de lieu propre.

G. Agamben, Parodie, in *Profanations*, 2005

Subversion, détournement, critique, imitation, reconfiguration, hommage, re-signification, déplacement, ...



Banksy, Show me the Monet, 2005

De la parodie à la ré-appropriation : toutes les nuances de la liberté de création

Copie ou transformation ?

Good artists borrow ; great artists steal – Picasso

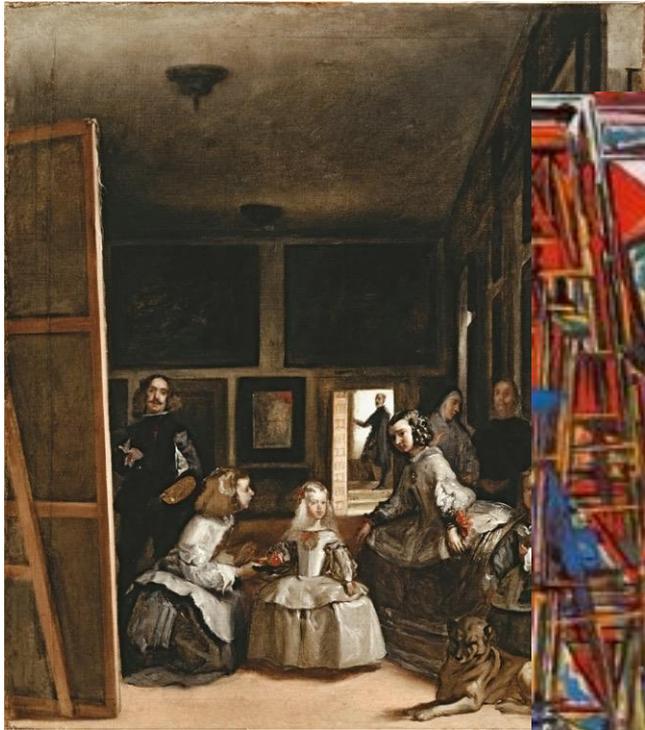
A good composer does not imitate ; he steals – Stravinsky

Immature poets imitate ; mature poets steal – T.S. Eliot

He just steals from me, but I steal from everybody – Woody Guthrie

Source: N. Netanel, Copyright's Paradox, p. 58

Copie ou expression humoristique, artistique, politique ?



Velazquez, Las Meninas, 1656



Picasso, After Velazquez, 1957



Hamilton, Picasso's Meninas, 1973



Deem, School of Velazquez, 1987

Un premier socle : L'exception de parodie en droit d'auteur

- L. 122-5-4° CPI:
 - La parodie, le pastiche et la caricature, compte tenu des lois du genre
- Directive 2001/29, art. 5(3)k
 - une utilisation à des fins de caricature, de parodie ou de pastiche
- Art. 18(e) Directive 2024/2823 dessins et modèles:
 - actes accomplis à des fins de commentaire, de critique ou de parodie

Des notions vaguement définies

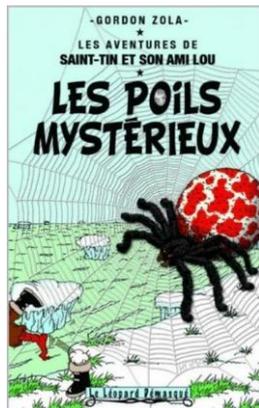
- Desbois: selon le genre de l'œuvre
- Doctrine: parodie comme catégorie générique
- En esthétique littéraire et artistique et dans les dictionnaires
 - **Parodie**: Imitation satirique d'un ouvrage sérieux dont on transpose comiquement le sujet ou les procédés d'expression; Contrefaçon, imitation burlesque de quelque chose de respectable
 - **Pastiche**: pasticcio (It.). Œuvre littéraire ou artistique dans laquelle on imite le style, la manière d'un écrivain, d'un artiste soit dans l'intention de tromper, soit dans une intention satirique. Ouvrage imitant la manière, le style d'un artiste ou d'un écrivain, par jeu ou dans une intention parodique
 - **Caricature**: Représentation grotesque, en dessin, en peinture, etc., obtenue par l'exagération et la déformation des traits caractéristiques du visage ou des proportions du corps, dans une intention satirique.

Transformation

Imitation

Exagération

- Parodie



- Pastiche



- Caricature





pastiche Tintin

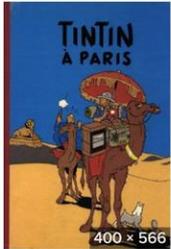


Protection. Confidentialité. Tranquillité d'esprit. ☰

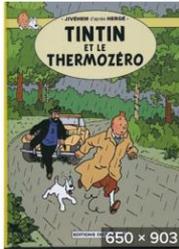
Q Tous Images Vidéos Actualités Carte

Chat ⚙️

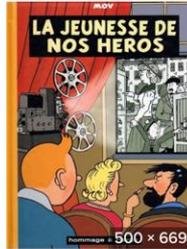
🔴 Belgique (fr) ▾ Filtre parental : modéré ▾ Date indifférente ▾ Toutes les tailles ▾ Toutes les couleurs ▾ Tous types ▾ Toutes les dispositions ▾ Toutes les licences



Tintin - Pastiche, ...
bedetheque.com



Tintin - Pastiche, p...
bedetheque.com



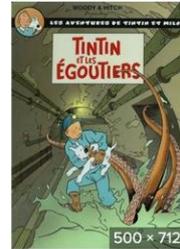
Tintin - Pastiche, pa...
bedetheque.com



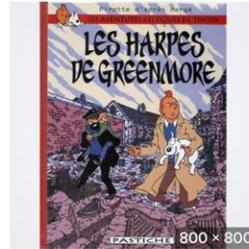
Pastiche TINTIN E...
amazon.es



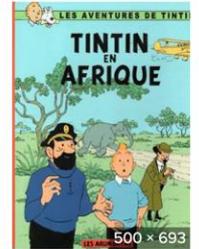
Tintin - Pastiche, p...
bedetheque.com



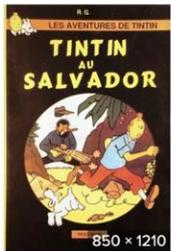
Tintin - Pastiche, p...
bedetheque.com



Tintin (Pastiche, Parodies, Pi...
bd-tek.com



Tintin - Pastiche, p...
bedetheque.com



Tintin - Pastiche, ...
bedetheque.com



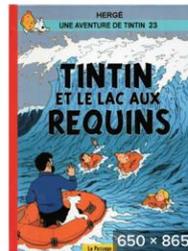
Tintin - Pastiche, ...
bedetheque.com



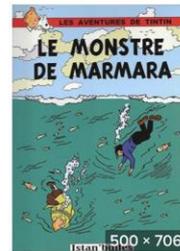
PASTICHE. Carte p...
pinterest.com



Tintin (Pastiche, Parodies, Pi...
bd-tek.com



Tintin - Pastiche, pa...
bedetheque.com



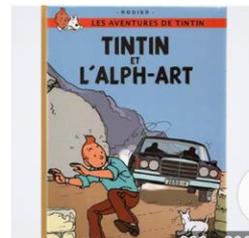
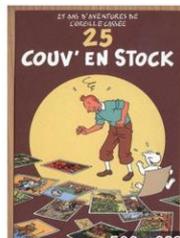
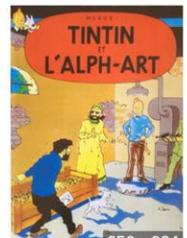
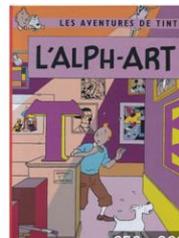
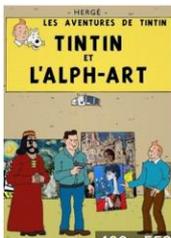
Tintin - Pastiche, p...
pinterest.fr



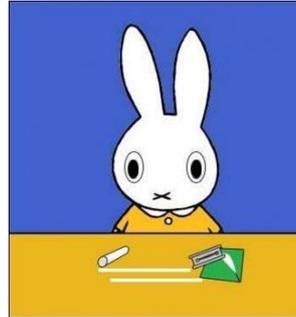
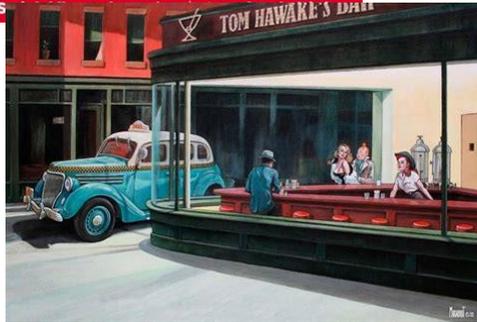
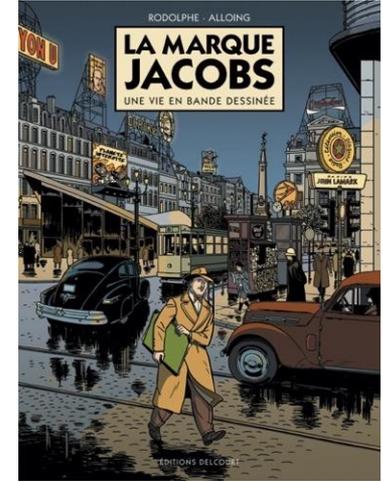
Tintin - Pastiche, pa...
bedetheque.com



Tintin - Pastiche, p...
bedetheque.com



Une jurisprudence foisonnante



Nicolas Sarkozy est mort

Assassinat Le président a été tué dans des conditions drôlement mystérieuses

C'est dans la banlieue de Paris que le président Nicolas Sarkozy a été tué dans des conditions drôlement mystérieuses. Les enquêteurs ont découvert que le président avait été tué par un assassin qui a utilisé une arme à feu. Les enquêteurs ont également découvert que le président avait été tué dans des conditions drôlement mystérieuses. Les enquêteurs ont également découvert que le président avait été tué dans des conditions drôlement mystérieuses.

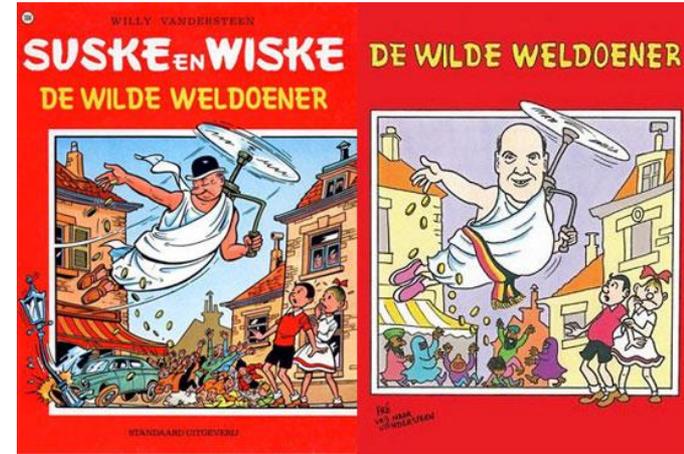


Des conditions diverses

- France : les lois du genre
 - Élément moral (intention humoristique) + élément matériel (reprise déformée de l'œuvre)
 - Droit moral
- Autres pays européens:
 - Absence de risque de confusion
 - Proportionnalité
 - Indication nom de l'auteur de l'œuvre parodiée
 - Pratiques honnêtes
 - Absence de concurrence avec l'œuvre parodiée ou de parasitisme
 - Originalité de l'œuvre parodique
 - ...

Le recadrage de la CJUE

- CJUE, 3 sept 2014, Deckmyn, C-201/13
 - Conditions de la parodie:
 - Évoquer une œuvre existante, tout en présentant des différences perceptibles par rapport à celle-ci
 - Constituer une manifestation d'humour ou de raillerie
 - La liberté d'expression comme justification de l'exception
 - Equilibre entre protection du droit d'auteur, liberté d'expression et principe de non-discrimination, résultant de l'application du test des trois étapes (absence de préjudice aux intérêts légitimes de l'auteur)



Un deuxième socle: la liberté d'expression et de création

- Une externalisation de l'usage légitime d'abord rejetée
- ... et ensuite imposée: il faut tenir compte de la liberté d'expression
 - Cass. Civ. 1e, 15 mai 2015, Peter Klasen/Alix Malka, n° 13-27391
 - Cass. Civ. 1e, 22 juin 2017, Dialogue des Carmélites, 15-28467 16-11759
 - CA Versailles, 16 mars 2018, Peter Klasen/Alix Malka, n° 15/06029 (sur renvoi)
 - Il n'appartient pas au juge de s'ériger en arbitre d'un droit qui mériterait plus protection qu'un autre....



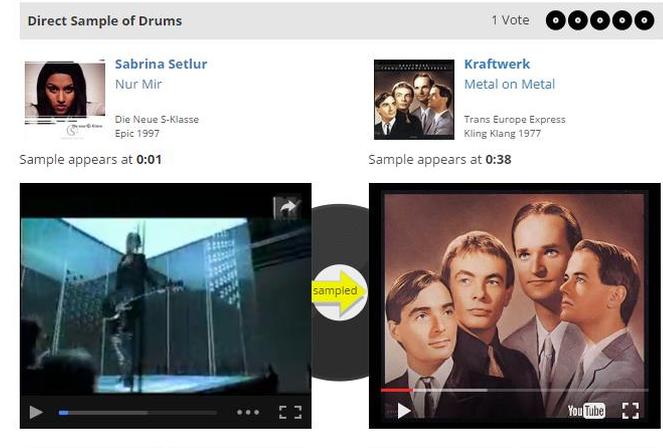
L'appropriation/critique artistique entre parodie et liberté d'expression ?

- Cour d'appel de Paris, 23 février 2021

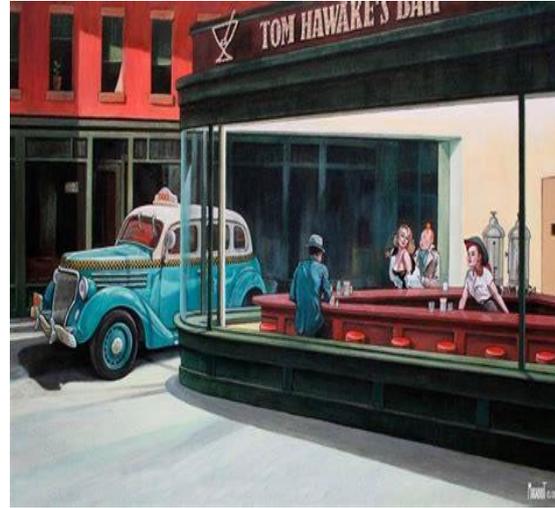


Le recadrage de la CJUE

- CJUE 29 juillet 2019, Funke Medien, C-469/17, Pelham, C-476/17, Spiegel Online, C-516/17
- Rôle des droits fondamentaux en droit d'auteur et articulation avec exceptions
 - Exceptions = droits des utilisateurs et traduction en DA de droits fondamentaux
 - Obligation des Etats membres de tenir compte des droits fondamentaux dans la transposition d'une directive, mais latitude dans la transposition des exceptions
 - MAIS PAS de recours direct aux droits fondamentaux
 - importance dans l'interprétation des exceptions



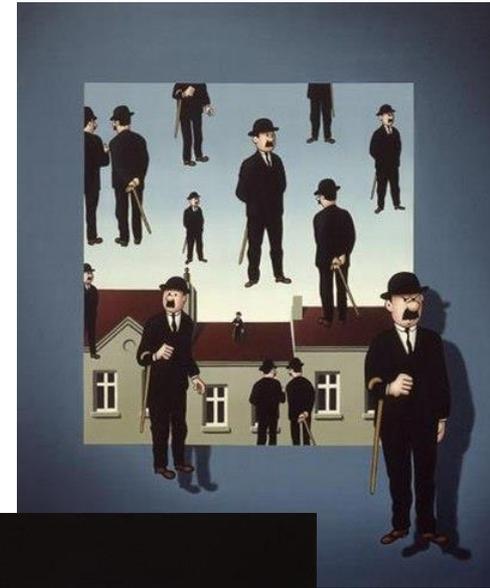
Cour d'appel de Rennes, 4 juin 2024



Cour d'appel de Bruxelles, 14 juin 2007

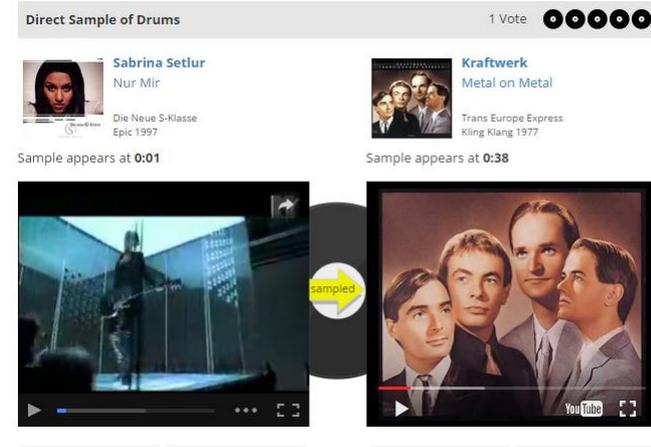
Pour examiner le caractère parodique d'une oeuvre, il importe d'avoir égard aux sentiments que suscitent respectivement l'oeuvre première et l'oeuvre qui emprunte des éléments à l'oeuvre première puisqu'il s'agit de vérifier si l'emprunt est perçu par l'observateur comme impertinent, extravagant, insolent. Il est clair qu'en l'espèce, la réunion de l'image de personnages ou d'objets de la création d'Hergé à l'image de fantasmés érotiques ou à l'image du monde mystérieux des toiles de Magritte interpelle, choque et déroute.

Par ailleurs, c'est à tort que les intimés soutiennent que les toiles contestées sont dépourvues d'humour. L'humour ne peut être réduit à la qualité de ce qui provoque le rire. Il est la forme d'esprit qui consiste à présenter les choses de manière à en dégager les aspects plaisants et insolites. L'humour peut être noir et froid.



Pelham, le retour! ... avec le pastiche en guest star

- Pelham II, C-590/23: Contexte et faits
- Questions posées à la CJUE
 - La règle définissant les limites du droit d'auteur relative à **l'utilisation à des fins de pastiche** au sens de l'article 5, paragraphe 3, sous k), de la directive 2001/29/CE a-t-elle un caractère résiduel de sorte qu'en relève en tout cas une **confrontation artistique avec une œuvre** ou un autre objet de référence existants, y compris sous la forme d'« échantillonnage » (*sampling*) ?
La qualification de pastiche dépend-elle de critères restrictifs, tels qu'une **exigence d'humour, d'imitation du style ou d'expression d'un hommage** ?
 - L'utilisation « à des fins » de pastiche au sens de l'article 5, paragraphe 3, sous k), de la directive 2001/29 requiert-elle de constater une **intention de l'utilisateur** d'utiliser un objet protégé par le droit d'auteur aux fins d'un pastiche **ou** suffit-il que le caractère de **pastiche soit reconnaissable** pour les personnes connaissant l'objet protégé par le droit d'auteur auquel il est fait référence et disposant de l'entendement nécessaire pour percevoir le pastiche ?



Quelques pistes ?

- Av Cén CJUE, Deckmyn
 - §46 **l'exception de «parodie» n'apparaît pas de manière isolée** mais fait au contraire partie d'une série de trois catégories énoncées sans discontinuité (...). Il ne me semble donc pas nécessaire d'approfondir cette distinction, car en définitive **toutes ces notions ont le même effet**, celui d'introduire une dérogation au droit de l'auteur de l'œuvre originale qui, d'une manière ou d'une autre, est présente dans l'œuvre pour ainsi dire dérivée.
- Av Gén CJUE, Pelham I:
 - §70. En effet, cette exception (de parodie), tout comme celle de citation, présuppose une **interaction avec l'œuvre utilisée**, ou à tout le moins avec son auteur, élément qui fait défaut dans le cas du *sampling*, tel que celui en cause au principal
 - Note 30: Quant à la notion de **pastiche**, celle-ci consiste en une **imitation du style d'une œuvre ou d'un auteur, sans nécessairement reprendre les éléments de cette œuvre.**
 - §95. Les exceptions aux droits exclusifs telles les exceptions de citation ou de caricature, de parodie ou de pastiche permettent le **dialogue et la confrontation artistique par des références à des œuvres préexistantes**. Dans le cadre des règles en vigueur, cette confrontation peut se faire, notamment, des trois manières suivantes. Premièrement, par la création d'œuvres qui, tout en s'inspirant des œuvres préexistantes, n'en reprennent pas directement des éléments protégés ; deuxièmement, dans le cadre des limitations et des exceptions existantes aux droits exclusifs, et, troisièmement, par l'obtention des autorisations nécessaires.

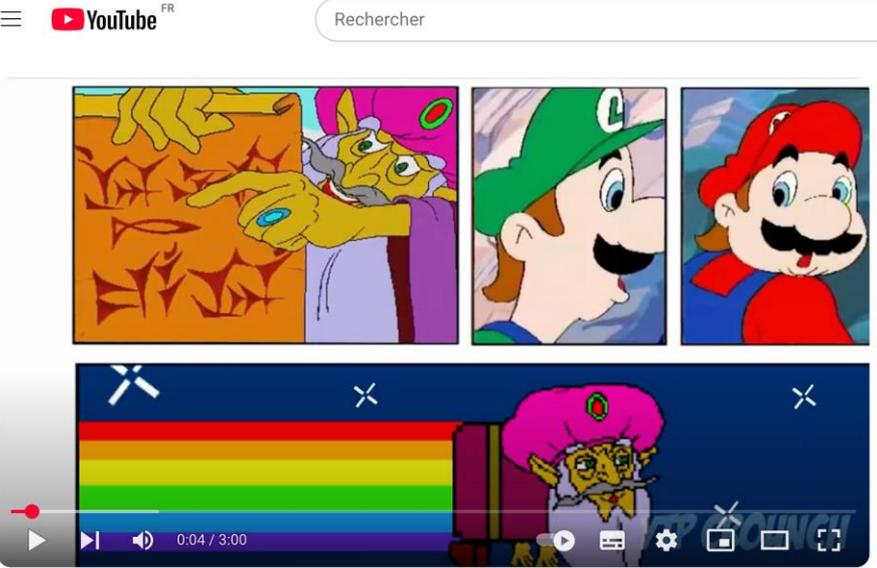


Mohammad Al Hajwari, Above the City, 2010

Pastiche et culture du remix

- Contenus créés par les utilisateurs et partagés en ligne
 - Le régime des fournisseurs de services de partages de contenu
- IA générative
 - Production d'outputs dans le style de ...

Services de partage de contenus



[YTP FR] Tintin - Objectif beuh



[YTP FR] Tintin - Objectif beuh

Services de partage de contenus

- Art. 17 Dir 2019/790 (L.137-1 à L. 137-4 CPI):
 - Couvert par les licences ?
 - 17(7) - La coopération entre les fournisseurs de services de partage et les titulaires de droits ne conduit pas à empêcher la mise à disposition d'oeuvres qui ne portent pas atteinte au DA et DV
Les États membres veillent à ce que les utilisateurs dans chaque État membre puissent se prévaloir des exceptions de: a) citation, critique, revue; b) **caricature, de parodie ou de pastiche**.
 - 17(9) - dispositifs de traitement des plaintes et de recours rapide et efficace, par opérateurs
- Transpositions nationales:
 - France: filtrage contenus et plaintes ex post des utilisateurs
 - Allemagne: seulement contenus manifestement illicites et non signalés comme licites par utilisateurs
- CJUE, 26 avril 2022, *Pologne c. Parlement et Conseil*, C-401/19
 - partage d'informations sur Internet relève de la liberté d'expression
 - Article 17 respecte le principe de proportionnalité et garanties suffisantes des droits des utilisateurs
 - Pas de mesures de filtrage de contenus licites (« qui ne portent pas manifestement atteinte »): recours ex post ne sont pas suffisants

IA générative et IA

 **Alexander Doria** @Dorialexander

Bon je vais avoir des ennuis avec Moulinsart, moi...



10:34 PM · 3 sept. 2023



CIVITAI  Models Create Sign In

[Home](#) [Models](#) [Images](#) [Videos](#) [Articles](#) [Events](#) [Shop](#) [More](#)

Howls Moving Castle , Interior / Scenery LoRA (Ghibli Style) v3 5.7K

 30.5K  222  51

Updated: Apr 21, 2023 STYLE ANIME LANDSCAPES STUDIO GHIBLI GHIBLI SCENERY + 2

v3 v2 v1



[Download \(144.11 MB\)](#)   

Verified:  [@year_090](#) SafeTensor

Details

Type	LoRA
Stats	 28 010
Reviews	Overwhelmingly Positive (5,234)
Published	Mar 8, 2023
Base Model	SD 1.5
Hash	AUTOV2 3F8B3E7F43
1 File	

v3 - Updated methods, accuracy, captions and a bunch of other work over a few days. Though similar results, I feel this version prompts better now; Examples are with the preview images but it tends to work well even just written as: `<loraname:1>` or: in the style of `<loraname:1>`. It can be tricky to get night scenes (especially indoors) this is something I might improve in the future but for now try adding `night`, `dark`, to prompts.



Cornelia Sollfrank, Net.Art Generator, since 1997



produce an exact copy of Mickey Mouse

Enter a negative prompt

Generate image



Blade Runner 2049 maker sues Musk over robotaxi images

22 October 2024

Share  Save 

João da Silva
Business reporter



Deux architectures de libre création

Parodie, caricature & pastiche

- Exception
- Etendue incertaine
- De l'humour à toute forme de critique ou message
- Simple imitation ?
- Test des trois étapes
 - Exploitation normale
 - Intérêts légitimes des ayant droit

Liberté d'expression et de création

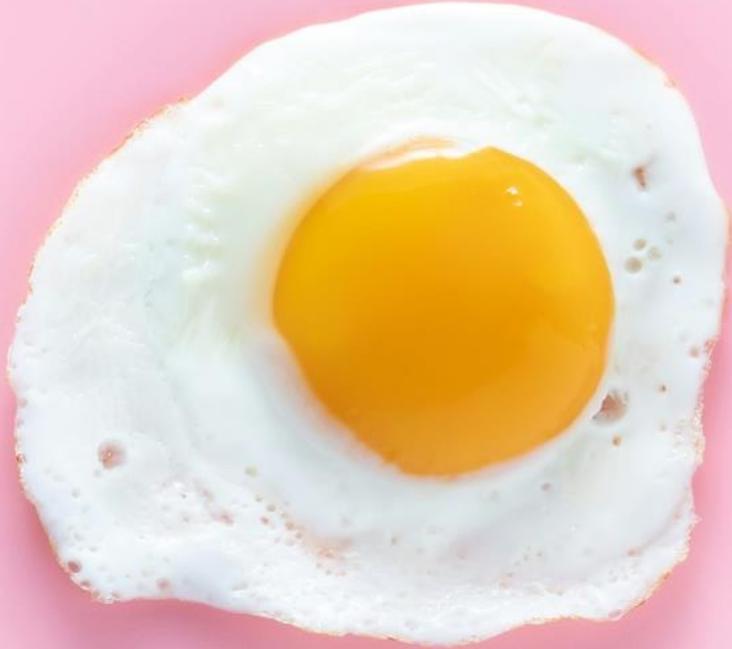
- Droit fondamental
- Large étendue
- Toute forme d'expression, même choquante (CEDH)
- Autres moyens de créer ?
- Balance
 - entre droits fondamentaux et proportionnalité de l'atteinte
- *Expression d'une IA ?*



REMISE DU **PRIX** «O» **APRAM** **2025**

VALERIE-LAURE BENABOU (Présidente du jury) & CAROLINE HILTGEN-LEBOUVIER

MERCI A NOS SPONSORS



CORSEARCH



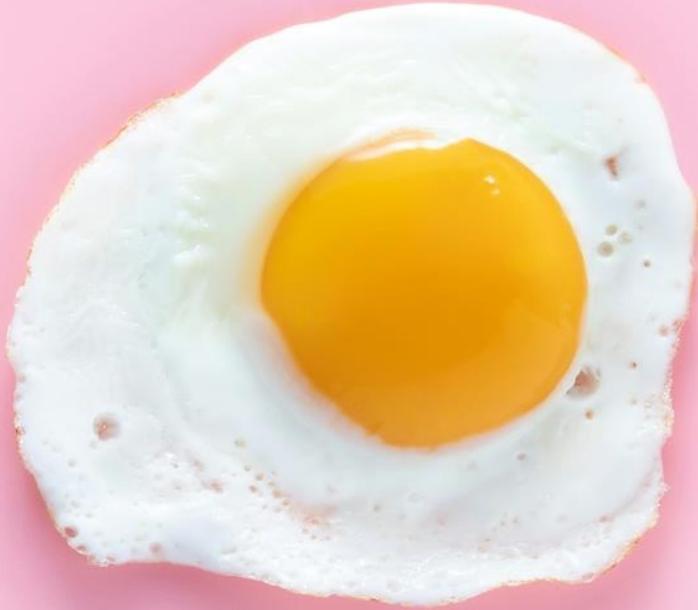
LexisNexis™

BRAVO



A NOS LAUREATS

DU PRIX APRAM 2025



PAUSE CAFÉ

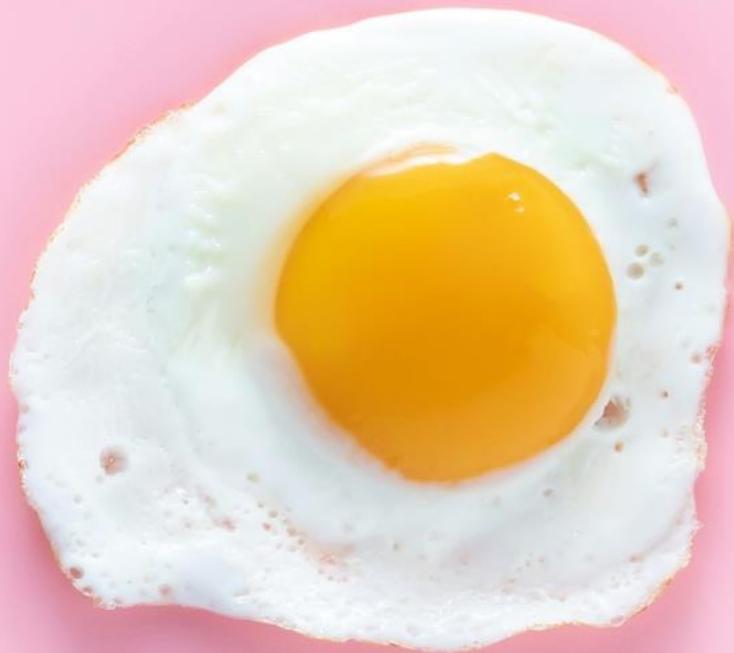


COMMENT APPRÉCIER LA VALEUR PARODIQUE D'UNE EXPRESSION ?

TABLE RONDE



MODÉRÉE PAR VALÉRIE-LAURE BENABOU



LE POINT DE VUE DU JURISTE

CEDRIC MANARA Director · Head of Copyright · Legal · GOOGLE

LE POINT DE VUE DU CONSEIL

PIERRE FAVILLI Directeur · LEGIMARK

LE POINT DE VUE DE L'AVOCAT

JULIEN CANLORBE Avocat · Cabinet MOMENTUM

[APRAM 2025 - Google Slides](#)

SCROOGLED! [®]

CHROMEBOOK

The World Famous staff on Chromebook: No deal.

At Gold & Silver Pawn Shop, it's all about separating the real deal from the imitation—and the Google Chromebook sticks out like a sore thumb. Watch the video to see how.



Watch video





*“Microsoft's latest venture comes as no surprise;
competition in the wearables space is really heating up” (Google, 2013)*



On a plus le droit de se moquer sur internet qu'IRL !

COPYRIGHT EXCEPTIONS

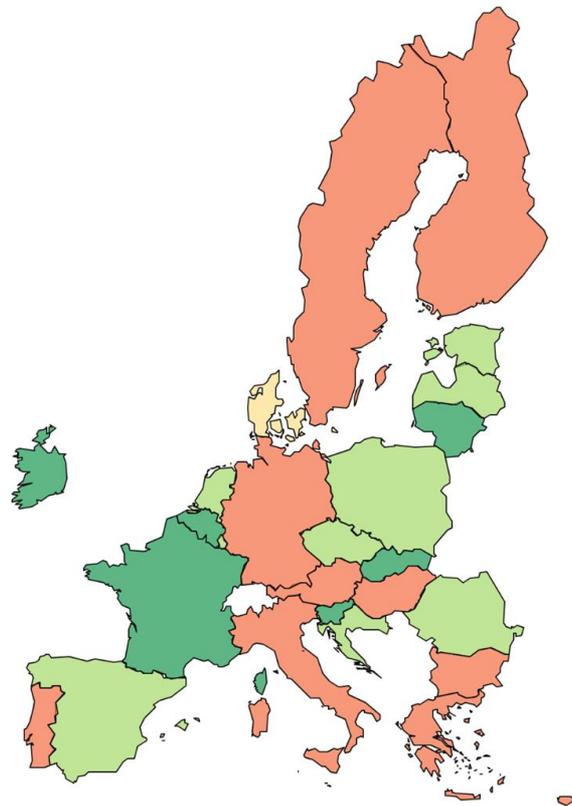
+

-

Use for the purpose of caricature, parody or pastiche (Art. 5.3(k) InfoSoc)

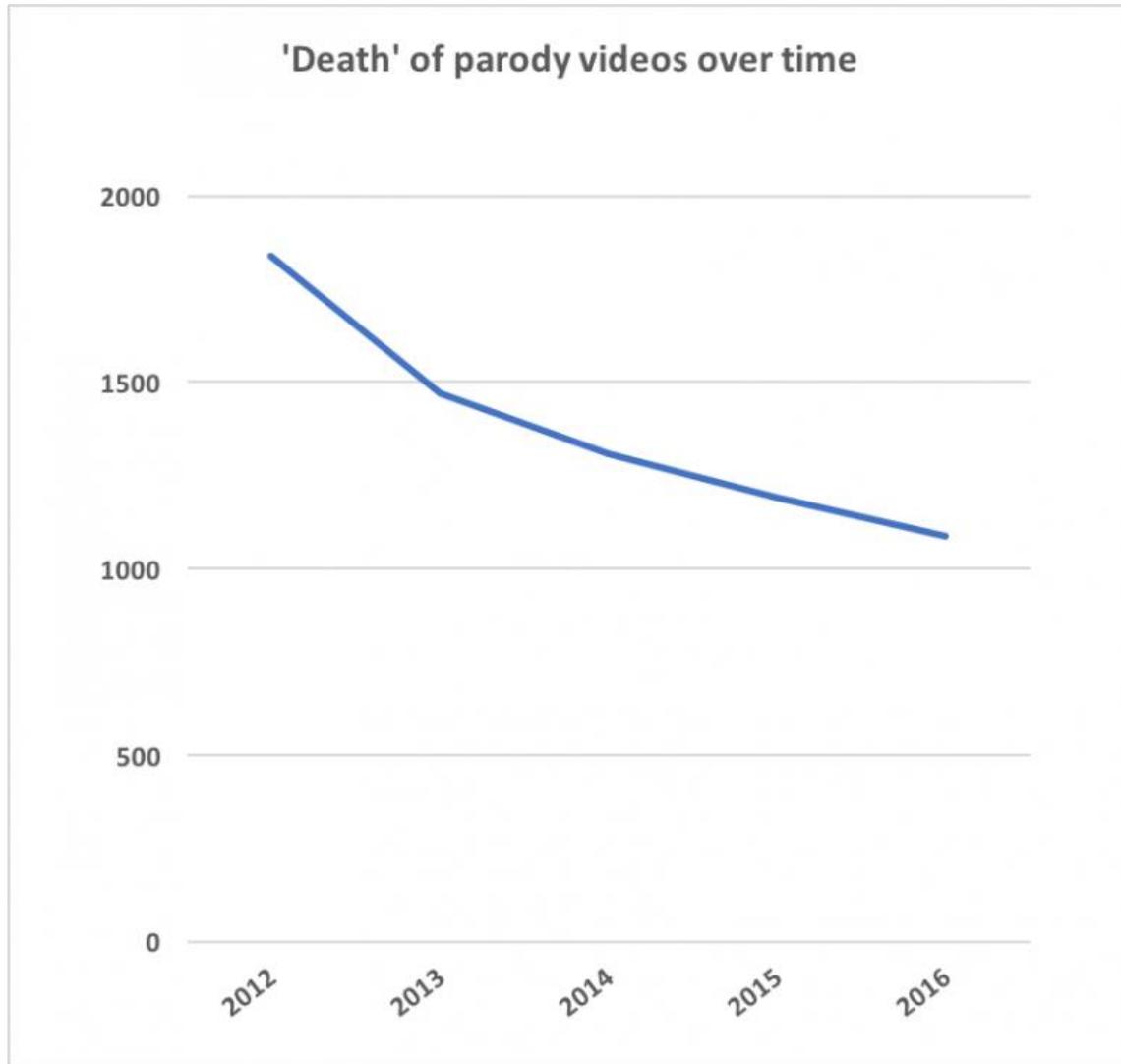
This (optional) exception allows reproduction, communication to the public or making available to the public - by any user, of works, for the purpose of caricature, parody or pastiche.

[See overview of all implementations](#)

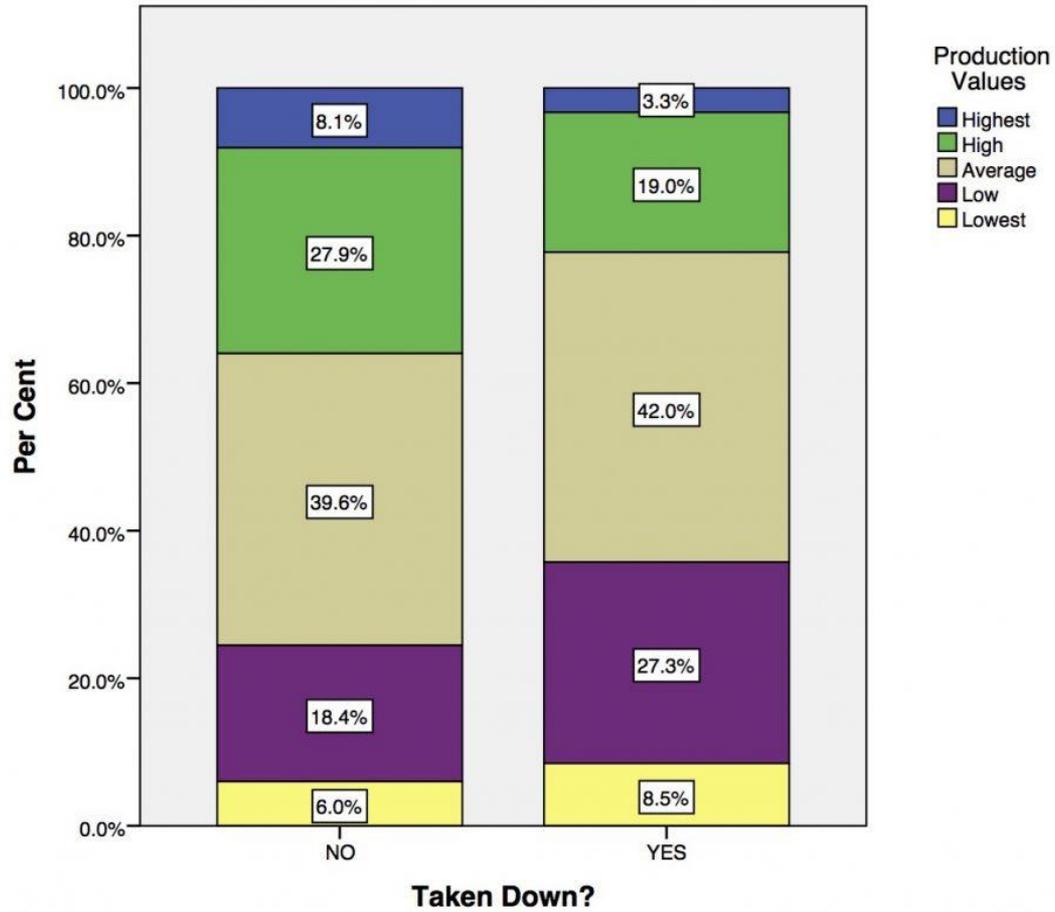


■ No implementation ■ Very restrictive implementation ■ Restrictive implementation
■ Broad implementation ■ No data

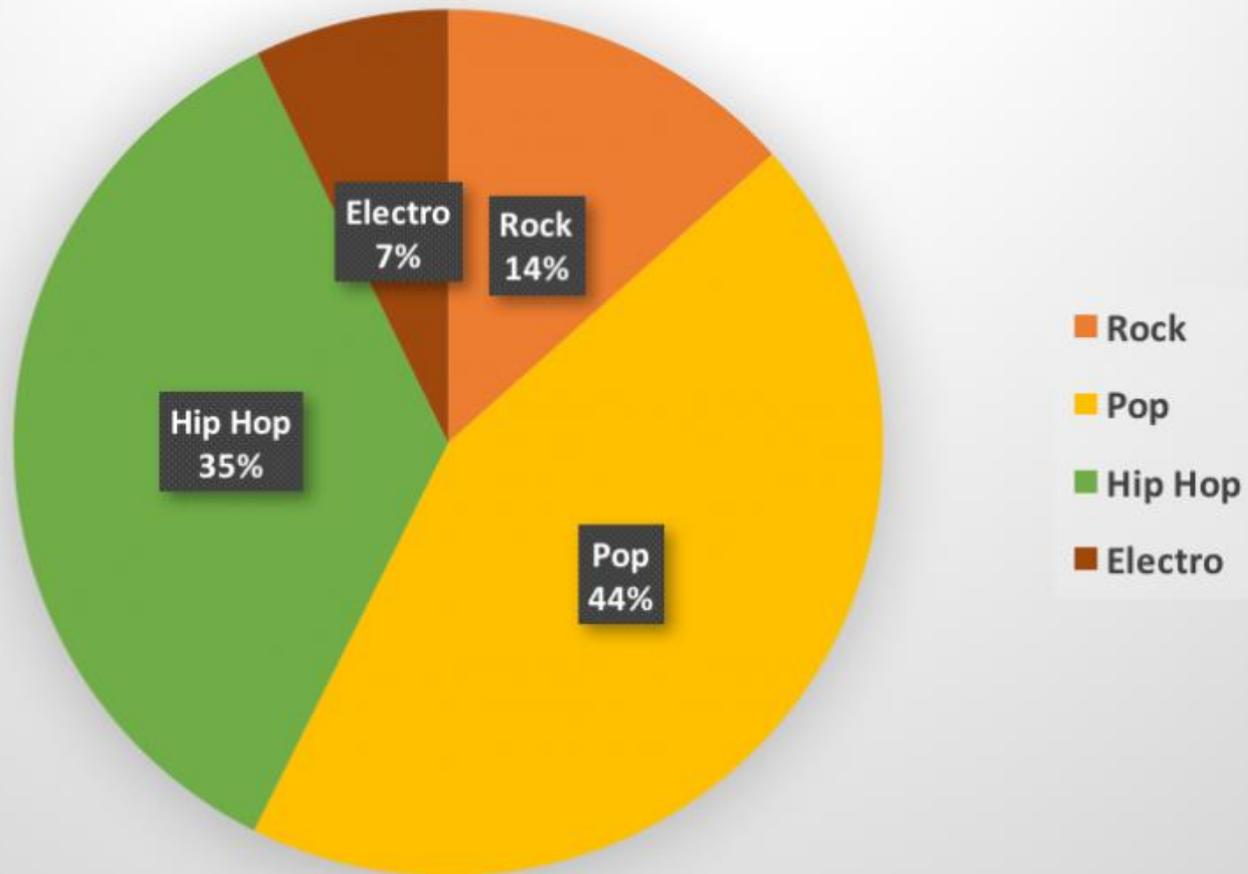
K. Erickson & Martin Kretschmer, "This Video is Unavailable": Analyzing Copyright Takedown of User-Generated Content on YouTube, 9 (2018) JIPITEC 75



Copyright takedowns by production values



Takedowns by genre



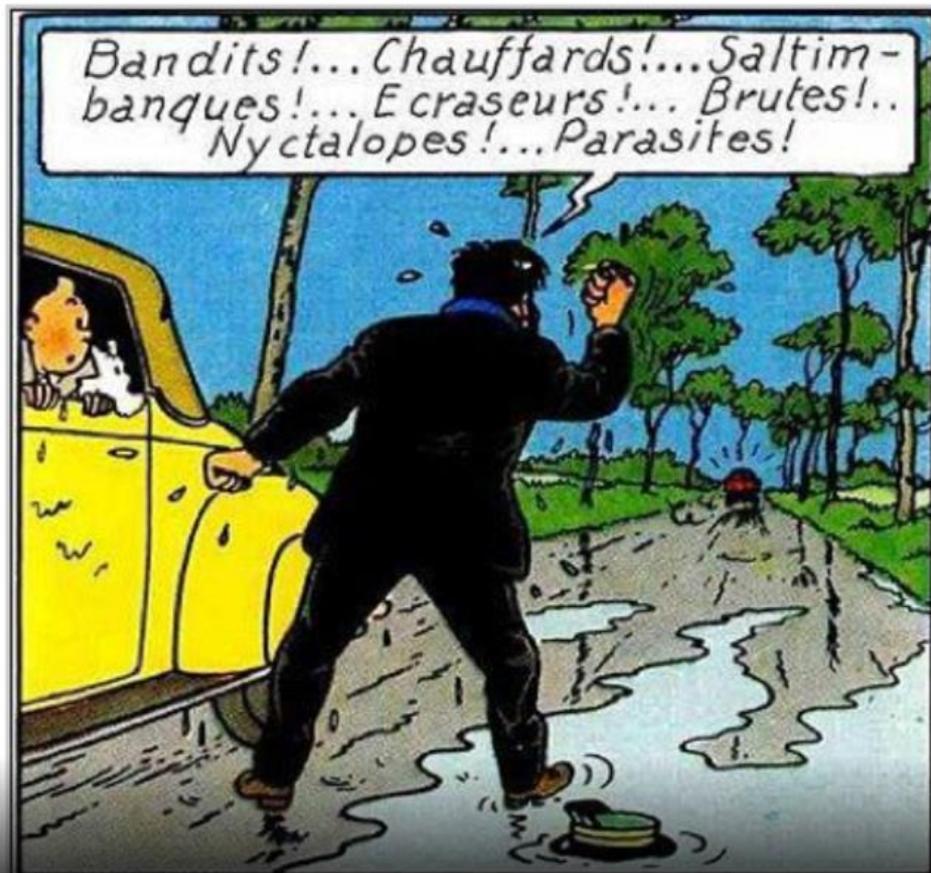
Et plus le droit de se moquer sur certaines plateformes ?





Phineas_Barnum (@Phineas_Barnum) RT @johanhufnagel: Un lecteur de Tintin aux ayant droits d'Hergé liberation.fr/culture/2014/0... cc @lepetitXXle pic.twitter.com/O4rMlmxAGu

2014. Már 28. ↩ Válasz ↻ Retweet ☆ Kedvenc



2 RETWEETS



Tech

The Record Industry Is Going After Parody Songs Written By an Algorithm

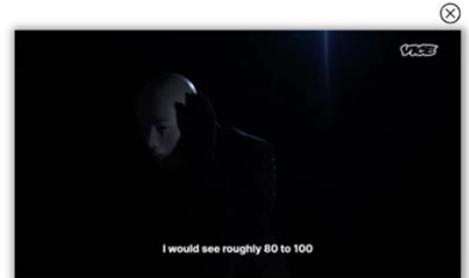


By Kevin Truong July 22, 2020, 9:00am

Share:



Georgia Tech researcher Mark Riedl didn't expect that his machine learning model "Weird A.I. Yankovic," which generates new rhyming lyrics for existing songs would cause any trouble. But it did.







Conseils en propriété industrielle

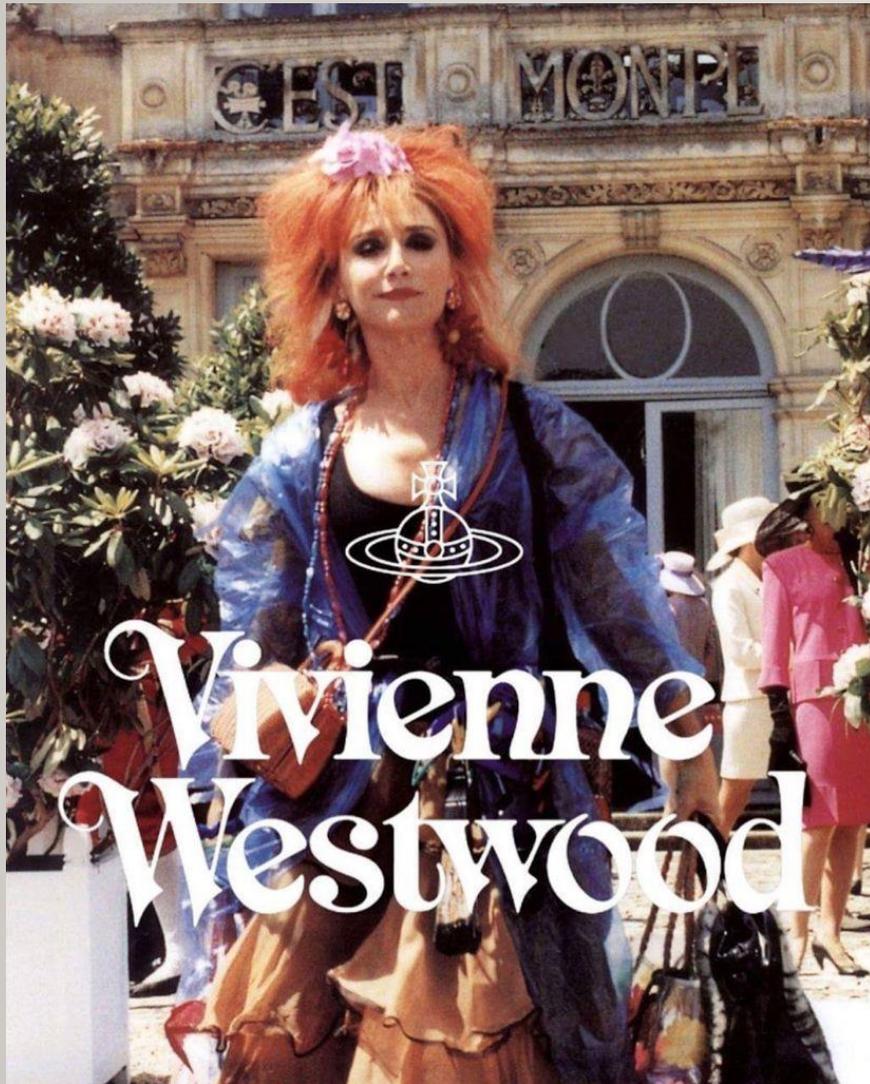
« Parodie et propriété intellectuelle »

Pierre FAVILLI

Directeur Général Délégué LEGIMARK
Conseil en propriété industrielle



CELINE



*Des risques
juridiques...*

I. L'utilisation positive de droits antérieurs

CA Rennes, 27 avr. 2010, n° 09/00413, *Petit Chavire c/ Petit Navire*



Atteinte à la renommée : dilution

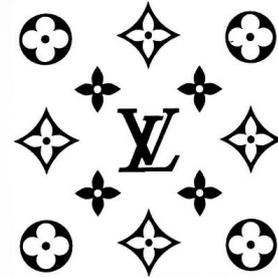
« Si le principe à valeur constitutionnelle de la liberté d'expression doit permettre, dans un contexte polémique et dans certaines limites, de faire usage d'éléments détournés d'une marque renommée pour exprimer sous une forme parodique des critiques des produits désignés par cette marque ou de l'activité de l'entreprise titulaire des droits sur cette marque, **l'usage d'une telle marque par un opérateur économique dans la vie des affaires, à la seule fin de tirer parti de sa notoriété pour commercialiser ses propres produits, constitue bien une atteinte à la renommée de la marque.**

(...)

Enfin, si la société Paria Révolution et ses distributeurs se sont placés, sous couvert de l'humour, dans le sillage de la société Paulet pour commercialiser des tee-shirts en profitant sans rien dépenser de la renommée de ses marques, ce comportement parasitaire n'est pas distinct des faits d'atteinte à la renommée des marques de l'intimée dont l'effet diluant a déjà été précédemment réparé. »

TJ Paris, 25 avril 2024, n° 19/09163, Louis Vuitton Malletier (Affaire « Poey Puitton »)

Atteinte à la renommée des marques antérieures « LOUIS VUITTON » et atteinte à l'image de marque



: parasitisme et



« **L'intention parodique** invoquée par les sociétés MGA **est une reconnaissance implicite du grief de parasitisme** qui lui est fait, **peu important que la visée de ces actes soit moqueuse, polémique ou seulement humoristique**, comme il est revendiqué en l'espèce, **dès lors qu'il s'agit bien de se placer dans le sillage de la demanderesse pour profiter indûment de la renommée de sa marque et de ses produits, fût-ce sur le mode de l'humour ou de la moquerie.**

Le fait que les sociétés MGA aient consenti, pour leur part, des investissements importants et fait preuve de créativité dans le produit proposé est sans incidence sur la caractérisation du parasitisme. De même, le fait que des enfants de 6 à 8 ans reconnaissent immédiatement non un sac de la marque Louis Vuitton mais un produit de la gamme Poopsie est inopérant dès lors que le public pertinent est composé des acheteurs du produit, très majoritairement des parents.

Ces faits distincts de parasitisme sont par conséquent établis, dont il s'infère nécessairement un préjudice, générateur d'un trouble commercial, fût-il seulement moral. Cette faute occasionne à la société LV un préjudice caractérisé par la **dépréciation de l'image** de ses produits pour lesquels la société demanderesse investit pour les associer à une image de marque. La **vulgarisation de l'image du produit** qui en résulte sera réparée par l'octroi d'une somme de 50.000 euros à titre de dommages-intérêts ».

Metabirkin (US District Court, Southern District of New York, 8 févr. 2023, 22-cv-384-JSR, Stés Hermès Int. et Hermès of Paris c/ Mason Rothschild

Contrefaçon, cybersquatting et atteinte à la renommée : dilution

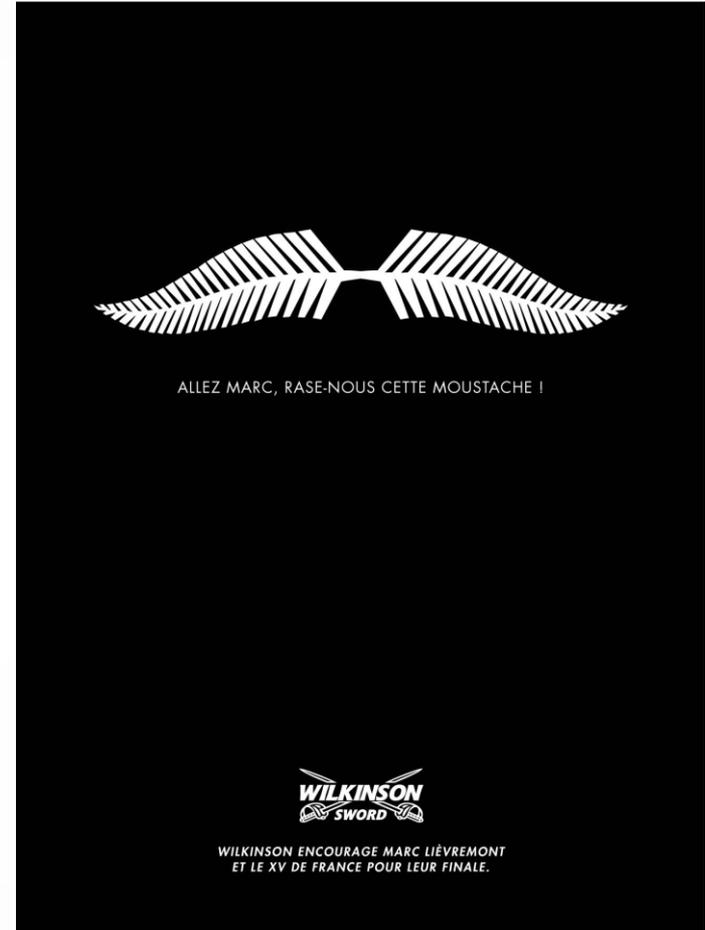


TJ Paris, 27 juin 2014, n° 12/12555, FFR / Wilkinson – JWT

Ambush marketing

Le contexte et la formalisation de cette mention caractérisent ainsi la volonté de la société ENERGIZER GROUP FRANCE de réaliser opportunément un **coup médiatique au moment le plus opportun, à savoir la veille d'une finale de Coupe du Monde**, en vue de tirer profit, pour commercialiser ses produits, de la notoriété et de l'image de marque du XV de France (...)

Outre cette volonté de capter indûment des bénéfices des investissements exposés par la demanderesse, **la publicité incriminée implique, du fait de cette mention en bas-de-page, l'idée d'un partenariat avec la FFR, encore renforcée par la référence directe à Marc Lièvremont, en sa qualité de sélectionneur du XV de France**, fonction au titre de laquelle il était employé par la FFR. Ce sous-titre associant la marque de l'annonceur et l'équipe nationale de France, a donc amené le public à croire que la société ENERGIZER était un partenaire commercial de la FFR (...).



II. L'utilisation négative de droits antérieurs

TGI Paris, 3e chambre, 8 janvier 2002, Ricard 51

Atteinte à la dénomination sociale

Le tribunal relève que M. V a gravement porté **atteinte à la dénomination sociale de la société RICARD en reproduisant à maintes reprises dans son site cette dénomination et ce, associée à un contenu pouvant faire croire aux internautes que les boissons commercialisées par celle-ci sont à l'origine des méfaits de l'alcoolisme** sur la santé individuelle comme sur la santé publique (accidents de la circulation) **et peuvent être considérées comme des drogues** telles que l'héroïne, la cocaïne et l'ectasy.

Cette confusion est aggravée par le lien direct institué entre le site de M. VERFAILLIE et le site officiel de la société RICARD.

La société RICARD justifie d'autre part d'un **préjudice particulier lié à cette utilisation au moment même où elle a fait l'objet** en août 2000 d'une campagne de presse à l'occasion **d'un procès que lui intente un consommateur alcoolodépendant** pour voir reconnaître sa responsabilité du fait d'un défaut d'information sur les dangers de la consommation de pastis. Dans ces conditions, le grief d'atteinte à la dénomination sociale et à l'image de marque de la société RICARD est fondée.

Pas de dénigrement en l'absence de référence directe

« Nocciolata, c'est sans huile de palme » ou « Nocciolata c'est bio et c'est bon »



S'il est exact que le Nutella occupe une position dominante sur le marché français de la pâte à tartiner et bénéficie d'une grande notoriété, **de même qu'il n'est pas discuté que la marque Nutella a été l'objet d'attaques s'agissant de sa composition à base d'huile de palme** dans les années 2015, 2016 et encore en 2019 comme le démontrent les pièces fournies au débat pas la société Ferrero, il n'en demeure pas moins **que la seule référence à l'absence d'huile de palme dans le produit Nocciolata même associée à un orang-outan en peluche dans la publicité critiquée, n'établit pas que le consommateur fait un lien entre cette publicité et le Nutella ainsi qu'il ressort du sondage Ifop précité.**

Cass. ass. plén., 12 juillet 2000, n° 99-19.004

Pas de faute du fait de la mention de la marque, citée en lien avec la satire dont le dirigeant fait l'objet

Mais attendu que l'arrêt constate que **les propos mettant en cause les véhicules** de la marque s'inscrivaient dans le cadre d'une émission satirique diffusée par une entreprise de communication audiovisuelle et **ne pouvaient être dissociés de la caricature faite de M. (Jacques Calvet) de sorte que les propos incriminés relevaient de la liberté d'expression sans créer aucun risque de confusion entre la réalité et l'œuvre satirique** ; que de ces constatations et énonciations, la cour d'appel, répondant aux conclusions sans se contredire, a pu déduire que la société Canal Plus n'avait commis aucune faute et a ainsi légalement justifié sa décision.





Cass. Crim., 20 octobre 2015, pourvoi n°14-80.020

Condamnation au titre de l'article 24 de la loi du 29 juillet 1881, pour provocation à la discrimination

« Palestine vivra, boycott Israël » ou « Israël assassin, Carrefour complice »

L'appel au boycott de produits israéliens ne relève pas de la liberté d'expression, mais constitue une provocation à la discrimination.

CEDH 11 juin 2020, Baldassi et autres c. France, n°15271/16

L'appel au boycott n'est pas interdit en principe, il appartient au discours politique et militant et le juge doit procéder, le cas échéant, à un contrôle rigoureux de la nécessité de l'ingérence en démontrant, au regard des faits d'espèce, en quoi les limites admissibles de la liberté d'expression ont été franchies.

Cass. Crim., 17 octobre 2023 / n° 22-83.197

Pas de condamnation au titre de l'article 24 de la loi du 29 juillet 1881

« TEVA, on n'en veut pas » ou « (TEVA) une partie de ses bénéfices renfloue l'armée israélienne »

21. Ils rappellent que les premiers juges ont estimé que **l'action du Collectif 69 organisée le 19 novembre 2016 s'inscrivait dans un débat d'intérêt général contemporain**, ouvert en France comme dans d'autres pays, portant sur le respect du droit international par l'Etat d'Israël et sur la situation des droits de l'homme dans les territoires palestiniens.

22. Ils retiennent, par ailleurs, que, d'une part, **les responsables de la société TEVA n'ont eu connaissance de cette action que plusieurs jours après l'événement, ce dont il se déduit qu'ils n'en avaient jusque-là pas été gênés**, d'autre part, il ne résulte d'aucun élément soumis à la cour qu'à l'occasion de cette action, des violences ou des dégradations auraient été commises, et des menaces, des appels à la haine ou à la violence, des propos racistes ou antisémites auraient été proférés.

23. Ils énoncent, également, que la publication litigieuse constitue un soutien au Collectif 69 et une approbation de son action du 19 novembre 2016, **la relation des faits s'inscrivant dans un débat public d'intérêt général, étant exprimée dans des propos modérés**, n'incitant pas à des actes violents ni à des atteintes aux biens ou aux personnes, ni même à provoquer des comportements discriminatoires.

**i bought
my tesla
before elon
went crazy**



 Radio France

[#BoycottAmerica, le boycott des produits américains s'organise sur les réseaux](#)

Que ce soit en Amérique latine, en Europe ou au Canada, les pays appellent à consommer local.

Il y a 3 jours

 Libération

[Boycott des produits américains en France : «Si on est des millions, ça a du poids»](#)

Des consommateurs français disent vouloir se passer des produits et services américains en signe de protestation contre la politique de...

Il y a 4 jours

 Sud Ouest

[Boycott des produits américains : en Suède et au Danemark, la difficile équation pour ceux qui veulent se passer du « made in USA »](#)

Des milliers de Scandinaves entendent protester contre la politique de Donald Trump en boycottant les produits et services venus des...

Il y a 2 jours



Dezigual®

*Aux risques
marketing...*



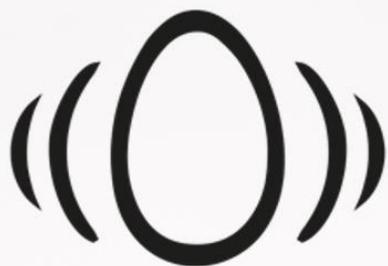
« Cambiaste un Ferrari por un Twingo
Cambiaste un Rolex por un Casio »

SHAKIRA || BZRP Music Sessions #53





Pierre FAVILLI
p.favilli@legimark.com



APRAM

ASSOCIATION DES PRATICIENS DU DROIT DES MARQUES ET DES MODÈLES



Comment apprécier la valeur parodique d'une expression ?

Le point de vue de l'avocat

Julien Canlorbe | Momentum Avocats

Contentieux et parodie : un bon ménage ?

- > Sensibilité des situations
- > Relativité de la notion
- > Viralité de la communication



Les êtres humains ne sont pas des yaourts



Le contentieux > une stratégie adaptée ?



MICHELINE



APRAM

Cass. crim., 27 février 2024, n° 23-81563





Marque française

Coco cha'nails

Numéro

5121920

Statut

Demande publiée

Date de dépôt / Enregistrement

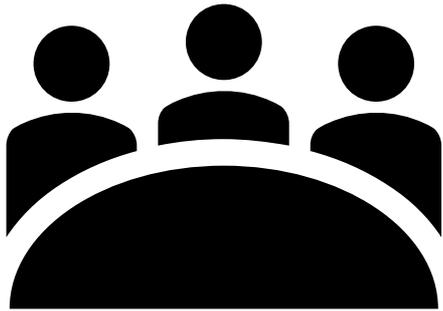
16/02/2025

Produits et services

- Classe 03 : Lessives ; préparations pour nettoyer ; préparations pour polir ; préparations pour dégraisser ; préparations pour abraser ; savons ; parfums ; huiles essentielles ; cosmétiques ; lotions pour les cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir.

Historique

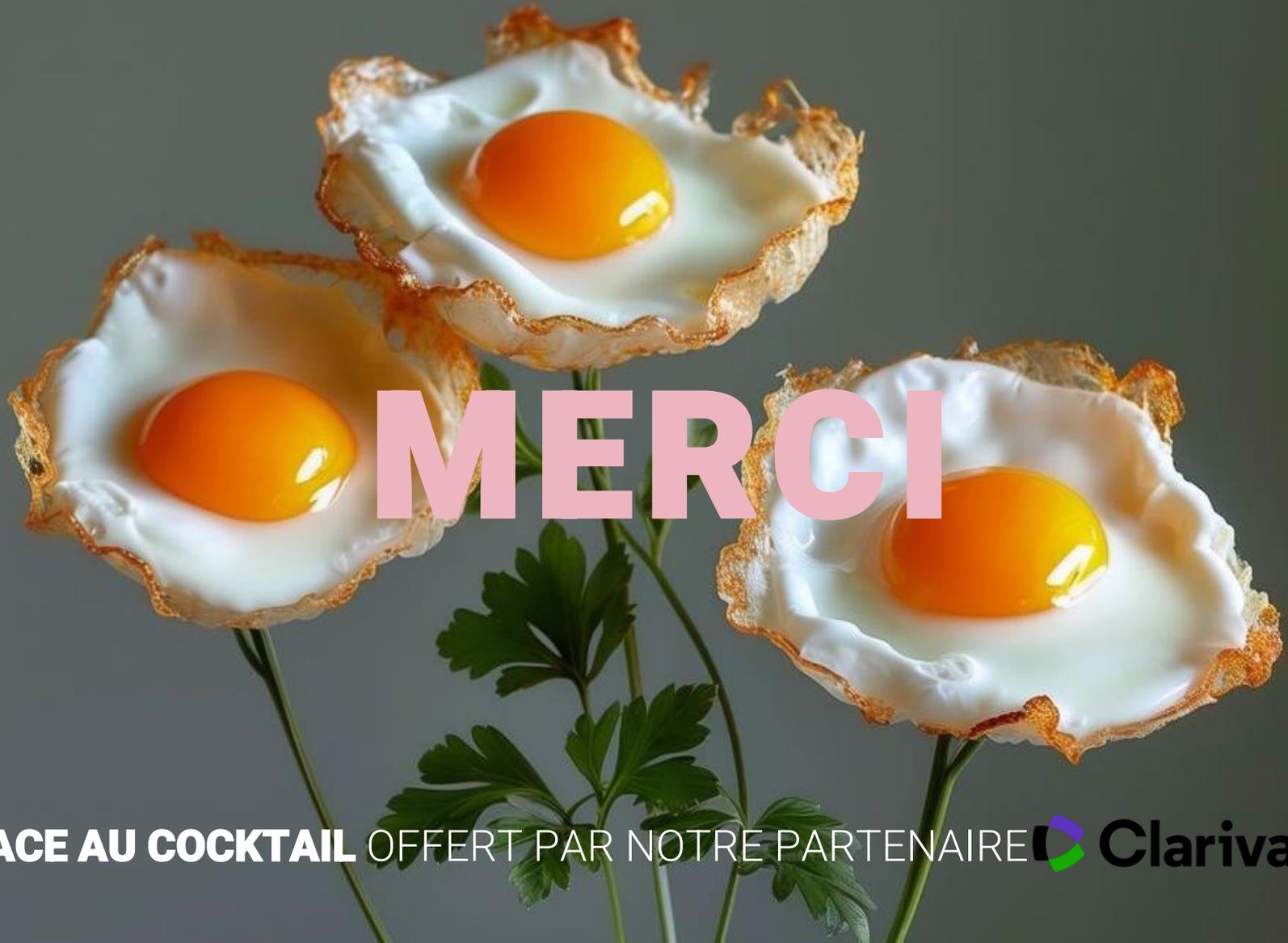
- Publication : BOPI 2025-10 du 07/03/2025



Discussion Questions

Q&A





PLACE AU COCKTAIL OFFERT PAR NOTRE PARTENAIRE  **Clarivate™**