

ExCo Buenos Aires 2009
Version ADOPTÉE
14 octobre 2009

Résolution

Question 210

La protection de grands événements sportifs et des activités commerciales associées par les marques et les droits correspondants de propriété intellectuelle

AIPPI

Etant observé que :

- Au forum de l'AIPPI, réuni à Berlin du 23 au 25 septembre 2005 dans le cadre des ateliers de travail, l'AIPPI a étudié la protection que le droit de la propriété intellectuelle et celui de la concurrence déloyale apportent aux Evènements Sportifs Majeurs.
- Cette question concerne la protection des Evènements Sportifs Majeurs et des activités commerciales associées par le droit des marques et le droit de la concurrence déloyale. Un « *Evènement sportif majeur* » est défini aux fins de la question Q 210 comme « *tout évènement sportif auquel est attaché un haut niveau d'intérêt à la fois pour les spectateurs et pour toutes les formes de média couvrant l'évènement et dont la réalisation est dépendante de contributions substantielles de sponsors officiels.* »
- La valeur du sponsoring des Evènements Sportifs Majeurs dépend en partie de la nature des droits exclusifs qui peuvent être licenciés ou attribués aux sponsors officiels. L'un des problèmes les plus importants relatifs aux évènements sportifs majeurs est donc la valeur que les sponsors accordent aux droits exclusifs disponibles à cet égard.

La valeur des droits exclusifs disponibles pour les sponsors officiels dépend, *inter alia*, de leur étendue et de leur protection.

- Les Evènements Sportifs Majeurs sont contrôlés par des organisations sportives internationales qui attribuent à un pays ou à une ville le droit d'organiser un évènement sportif majeur après un processus de sélection qui requiert du pays ou de la ville candidat de fournir certains engagements. Cela

implique généralement l'engagement de créer des droits exclusifs qui peuvent être licenciés ou attribués aux sponsors officiels.

De tels engagements peuvent conduire à une divergence accrue des lois sur la propriété intellectuelle à un niveau régional voire même international.

- Le droit des marques et celui de la concurrence déloyale fournissent une protection pour les Evènements Sportifs Majeurs et la création de droits exclusifs qui peuvent être licenciés ou attribués aux sponsors officiels. Néanmoins, des droits spécifiques *sui generis* sont parfois créés par les lauréats à l'organisation d'un Evènement Sportif Majeur tel que les Jeux Olympiques et Paralympiques.

Ces droits exclusifs *sui generis* fournissent un complément aux droits des marques et de la concurrence déloyale dans le but de créer un droit d'exclusivité plus efficace pour les sponsors et par conséquent une réduction de la demande en dépense publiques.

- Il est nécessaire d'équilibrer les intérêts des sponsors et des organisations sportives internationales avec les intérêts du public, des entreprises qui ne sont pas sponsors, des gouvernements et de toutes les autres parties concernées par la création et l'attribution de droits exclusifs. Le droit des marques et celui de la concurrence déloyale ont développé des principes généraux et bien établis qui contribuent à protéger les intérêts de toutes les parties concernées du marché.

Considérant que :

- Dans sa résolution Q 168 (« *L'usage de la marque* » en tant que *marque* « *comme condition légale au regard de la contrefaçon et du maintien des droits* ») l'AIPPI a jugé que l'usage autre que l'usage traditionnel « *en tant que marque* » peut constituer une contrefaçon.
- En outre, dans la question Q 168, l'AIPPI a considéré que l'usage de marques par des « *fan clubs* » et supporters, ainsi qu'à titre de parodie devraient être soumis à la même analyse que les autres usages de marque. Cependant, un usage non commercial, par exemple comme signe d'appartenance, devrait être distingué de l'usage commercial.
- Dans sa résolution Q 188 (« *Conflits entre protection de marque et liberté d'expression* »), l'AIPPI a estimé qu'il serait en principe possible d'invoquer la liberté d'expression comme moyen de défense dans des cas relatifs aux marques.
- En outre, à propos de la question Q 188, l'AIPPI a considéré que la prise en considération des intérêts respectifs entre d'une part le droit des marques et d'autre part le droit à la liberté d'expression requiert qu'aucun des deux droits ne puisse s'imposer de façon générale, mais que les tribunaux et autorités

compétents doivent entreprendre une analyse de tous les éléments pertinents dans chaque cas.

- Dans sa résolution Q 195 (« *Limitations des droits de marque* »), l'AIPPI a par ailleurs jugé que certaines limitations aux droits exclusifs conférés par la protection du droit des marques devraient être autorisées et que ces limitations devraient permettre, dans certaines conditions, l'utilisation de la marque d'un tiers de façon à indiquer le type, la qualité, le but souhaité, la valeur, l'origine géographique, la date de fabrication, ou tout autre caractéristique des produits ou services d'un tiers.

L'AIPPI adopte la résolution suivante :

- 1) Le droit des marques et celui de la concurrence déloyale ne devraient pas être modifiés uniquement pour des Evènements Sportifs Majeurs.
- 2) On devrait éviter de créer pour les Evènements Sportifs Majeurs des droits *Sui Generis* qui s'étendent au-delà des règles généralement applicables du droit des marques et de celui de la concurrence déloyale.
- 3) Cependant dans le cas où des droits *Sui Generis* seraient créés, ils devraient aboutir à un équilibre entre les intérêts de toutes les parties concernées notamment les fédérations sportives, les organisateurs, les sponsors officiels de l'évènement, les autres entreprises, et le public. En particulier, ces droits *Sui Generis* devraient :
 - a) être limités dans le temps : entrer en vigueur dans un délai raisonnable avant le début de l'Evènement Sportif Majeur, et expirer dans un délai raisonnable à la fin de celui-ci.
 - b) être protégés uniquement dans le cas où un avantage déloyal résulte d'une association avec l'Evènement Sportif Majeur,
 - c) être protégés uniquement en cas d'atteinte par des activités commerciales,
 - d) respecter un équilibre avec le droit à la liberté d'expression, et
 - e) tenir compte des droits de propriété intellectuelle pré-existants.