



## La double protection accordée aux slogans

Sous réserve de démonstration de son originalité et de sa distinctivité, un slogan est protégeable cumulativement au titre du droit d'auteur et du droit des marques.

Telle est la solution rappelée par la Cour d'appel de Paris, dans son arrêt du 17 juin 2011.

En l'espèce, la société titulaire de la marque verbale **UN NOM POUR UN OUI**, protégée pour des vêtements, et notamment des robes de mariées, faisait grief à l'un de ses concurrents de faire usage sur son site internet du slogan **UN JOLI NOM POUR UN GRAND OUI**.

A l'appui de ces griefs de contrefaçon étaient invoqués la protection accordée par le droit d'auteur et le monopôle exclusif d'exploitation conféré par le droit de marque.

Concernant le droit d'auteur, la Cour releva très opportunément que « *par le jeu de mot nom/non (le nom renvoyant au nom de la société) et l'opposition non/oui qui renvoie au « oui » échangé lors de la cérémonie de mariage, jeu de mot nullement banal, l'expression révélait un effort créatif qui la rendait éligible à la protection du droit d'auteur* ».

L'usage de la formulation **UN JOLI NOM POUR UN GRAND OUI** était donc constitutive de contrefaçon, au motif que « *dans l'expression contestée se retrouve à l'identique le jeu de mots qui caractérise l'œuvre protégée* ».

Concernant le droit de marque, la société défenderesse opposait qu'il ne saurait lui être reproché des actes de contrefaçon en l'absence, d'une part, d'usage à titre de marque du slogan **UN JOLI NOM POUR UN GRAND OUI** et, d'autre part, de risque de confusion entre les slogans en conflits.

La Cour d'appel de Paris écarta cette argumentation, en retenant « *que sur le site internet de la société Original Concept Magasin, le slogan contesté était accolé au terme Aveline, à la fois nom commercial et marque des produits et que cette association systématique de ces termes conduit à appréhender le slogan comme une composante de la marque et à en faire ainsi un signe d'identification de l'origine des produits* ».

Ainsi, était caractérisé un usage à titre de marque du slogan incriminé.

Cet arrêt rappelle tout l'intérêt qu'il y a, pour les titulaires de marques portant sur des slogans, de revendiquer la protection au titre non seulement du droit des marques, mais également du droit d'auteur, à l'heure où une tendance de la jurisprudence consiste à exiger, pour reconnaître la validité de telles marques, la démonstration d'une distinctivité autonome.

Force est de reconnaître que la preuve de la contrefaçon de droit d'auteur sera plus aisée pour le titulaire d'un slogan original, dès lors que ce dernier n'aura qu'à démontrer la reproduction ou l'imitation de son slogan, tandis que le propriétaire d'une marque devra, au surplus, prouver un usage du slogan incriminé, d'une part, à titre de marque et, d'autre part, pour des produits et/ou services identiques ou similaires à ceux protégés par son titre.

*Cour d'appel de Paris, Pôle 5, Chambre 2, 17 juin 2011, n° 10/12092*

**Par Marion Pignot**

Juriste en Propriété Intellectuelle

Date : Juillet 2011