

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

"Je suis Charlie"

Rosier, Karen

Published in:
Bulletin juridique et social

Publication date:
2015

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Rosier, K 2015, "'Je suis Charlie': ceci ne sera pas une marque française' *Bulletin juridique et social*, Numéro 536, p. 15.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

« Je suis Charlie » : ceci ne sera pas une marque française

Au lendemain des événements tragiques qui ont marqué l'actualité française, le slogan « Je suis Charlie », créé par Joachim Roncin, un graphiste français, a été reproduit et brandi dans le monde entier comme symbole de résistance et de soutien, suite à l'attentat dont avait été victime le journal Charlie Hebdo.

Dans les jours qui suivirent cet événement, certains ont tenté de s'approprier cette expression pour en faire une marque dont ils seraient titulaires.

Cela aurait eu pour effet de limiter l'usage qui pouvait être fait de la marque par des tiers.

L'INPI¹ a estimé que « Je suis Charlie » ne pouvait être enregistré en tant que marque dès lors que le caractère distinctif qui est exigé comme condition à l'enregistrement d'une marque BENELUX faisait défaut en l'espèce. Dans son communiqué de presse du 13 janvier 2015², l'INPI indique avoir reçu de très nombreuses demandes de marque « Je suis Charlie » ou faisant référence à ce slogan et avoir pris la décision de ne pas enregistrer ces demandes de marque, estimant que « ce slogan ne pouvait être capté par un acteur économique du fait de sa large utilisation par la collectivité ».

On rappellera qu'une marque doit ainsi pouvoir distinguer l'origine d'un produit ou d'un service d'une entreprise ou d'un particulier de ceux de ses concurrents. Ce critère s'apprécie tout d'abord au regard des produits et services que le titulaire du produit entend ainsi distinguer, et ce, au moment du dépôt de la marque³. Ce qui est en jeu ici, c'est l'aptitude de la marque à avoir un caractère distinctif de sorte qu'un consommateur puisse associer le produit ou le service

à la marque⁴. Cette appréciation est toutefois globale et tient tant aux éléments intrinsèques de la marque envisagée qu'au public qui est visé. Il est également possible que des considérations inspirées de l'intérêt général amènent l'autorité d'enregistrement à refuser l'enregistrement, par exemple pour éviter la monopolisation d'un signe ou d'une forme, en principe distinctifs, mais qui confèreraient un avantage illégitime à un seul opérateur économique⁵.

Il est à noter que des demandes d'enregistrement de la marque « Je suis Charlie » sont pendantes devant d'autres autorités⁶.

● KAREN ROSIER

*Maître de conférences à la faculté de
droit de l'Université de Namur*

*Chercheuse au Centre de Recherche Information,
Droit et Société (Crids), Université de Namur
Avocate*

1 Institut National de la Propriété Industrielle (France).

2 www.inpi.fr.

3 E. WERY, « "Je suis Charlie" peut-il être enregistré en tant que marque ? », www.droit-technologie.org.

4 D. KAESSEMAKER, « Droits intellectuels », Rép. not., Tome II, La propriété immobilière, Livre 5, Bruxelles, Larcier, 2013, n° 56.

5 Ibid.

6 Voy., sur le site de l'OMPI, les demandes pendantes (www.wipo.int/branddb/en/).