

# Newsletter

## IP / Media

1er Trimestre 2026

### L'EU IPO et l'appréciation du caractère distinctif d'une marque de position

L'EU IPO rejette la marque de position de Nike, jugeant que le signe apposé sur la semelle n'est ni intrinsèquement distinctif ni reconnu par le public comme un indicateur d'origine malgré l'usage invoqué.

# Dans ce numéro

Imprescriptibilité de l'action en nullité de la marque **03**

---

Nouvelle réglementation relative à l'octroi de licences obligatoires **03**

---

L'EUIPO se prononce sur le caractère distinctif d'une marque de position **04**

---

Précisions sur l'application du critère d'activité inventive en matière de brevets **05**

---

Protection d'un packaging alimentaire par le droit d'auteur **05**

---

La titularité des droits d'auteur est une condition de recevabilité de l'action en contrefaçon **06**

---

Précisions sur l'enregistrement d'une marque de mouvement **06**

---

Nouveau système de protection des indications géographiques protégées **07**

---

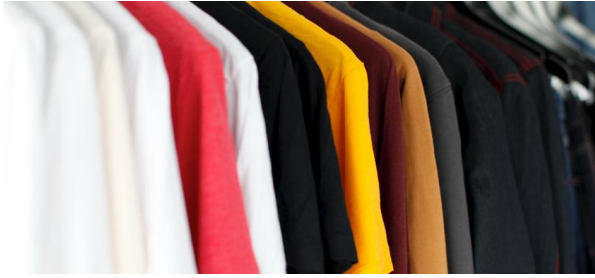
Précisions sur les conditions de protection d'un dessin et modèle communautaire **08**

---

# Dans ce numéro

Marque de renommée et parasitisme	08
Précision des exigences probatoires pour résister à une demande de mainlevée	09
Possibilité d'invoquer le parasitisme pour la première fois en cause d'appel	09
IA générative : une guerre judiciaire entre les éditeurs américains et Google	10-11
Lanceurs d'alerte et diffamation publique	12
Retweet et parasitisme	13
Dénigrement et concurrence déloyale	14
Avis de l'autorité de la concurrence	15

## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE



## Imprescriptibilité de l'action en nullité de la marque

Cour de cassation, Chambre commerciale, sociétés VF c/ société Artexyl, 28 janvier 2026, n°24-14.760

Dans un arrêt du 28 janvier 2026, la Cour de cassation rappelle avec précision le régime applicable à l'action en nullité des marques depuis la réforme issue du 22 mai 2019, dite « loi Pacte ».

Le litige opposait les sociétés VF (notamment titulaires de la marque *Napapijri*) à la société Artexyl, exploitant des marques « Geographical Norway ». Les sociétés VF reprochaient notamment des dépôts frauduleux de marques ainsi que des pratiques de concurrence déloyale et parasitaire.

Dans un premier temps, la Cour rappelle un principe essentiel issu de la loi Pacte selon lequel les actions en nullité de marques en vigueur au 24 mai 2019, date de l'entrée en vigueur de la loi Pacte, sont en principe imprescriptibles.

En censurant la Cour d'appel qui avait déclaré certaines demandes irrecevables comme prescrites, elle confirme une évolution majeure du contentieux des marques, renforçant la possibilité pour les titulaires de droits d'agir sans limite de temps, hors cas de chose jugée.

La Cour critique également l'analyse menée par les juges du fond concernant la mauvaise foi lors du dépôt des marques. Elle souligne que cette notion doit faire l'objet d'une appréciation globale tenant compte de l'ensemble des circonstances pertinentes, telles que la connaissance d'une marque antérieure, l'intention du déposant ou encore son comportement commercial. Or, en se limitant à une analyse partielle, la Cour d'appel a insuffisamment motivé sa décision.

La Cour de cassation casse et annule l'arrêt de la Cour d'appel de Paris notamment en ce qu'il déclare irrecevable comme prescrites les demandes des sociétés VF et en ce qu'il rejette les demandes formées par les sociétés VF en nullité de l'enregistrement des marques de la société Artexyl et renvoi les parties devant la Cour d'appel de Paris autrement composée.



## Nouvelle réglementation relative à l'octroi de licences obligatoires

Règlement (UE) 2025/2645 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2025 relatif à l'octroi de licences obligatoires pour la gestion de crises et modifiant le règlement (CE) n° 816/2006

Le règlement (UE) 2025/2645 du Parlement européen et du Conseil établit un cadre juridique permettant l'octroi de licences obligatoires au niveau de l'Union européenne en situation de crise. Il vise à garantir l'accès à des produits essentiels protégés par des droits de propriété intellectuelle lorsque les mécanismes volontaires sont insuffisants ou inadaptés.

Ce dispositif s'applique exclusivement dans des contextes de crise ou d'urgence officiellement reconnus à l'échelle de l'Union, notamment en cas de crise sanitaire ou de perturbation majeure. La licence obligatoire constitue une mesure de dernier recours et ne peut être accordée que si elle est nécessaire pour assurer la disponibilité de produits liés à la gestion de la crise au sein du marché intérieur.

La Commission européenne est compétente pour délivrer ces licences, selon une procédure encadrée et harmonisée. Celles-ci ont une portée territoriale couvrant l'ensemble de l'Union, sont limitées dans le temps à la durée de la crise et concernent différents types de droits de propriété industrielle, tels que les brevets ou certificats complémentaires de protection.

Le règlement prévoit également des garanties pour les titulaires de droits, notamment une rémunération appropriée, ainsi que des obligations strictes pour les bénéficiaires de la licence. Les produits fabriqués dans ce cadre sont destinés exclusivement au marché de l'Union et ne peuvent être exportés. En cas de non-respect des obligations, des sanctions financières peuvent être imposées.

Enfin, ce texte complète et adapte le cadre existant en matière de licences obligatoires afin de répondre à des crises transfrontières, en assurant une réponse coordonnée et efficace à l'échelle européenne.

## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE



### L'EU IPO se prononce sur le caractère distinctif d'une marque de position

[EU IPO, Nike, 9 février 2026](#)

L'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EU IPO) a rejeté la demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne n°019169533 déposée par Nike Innovate C.V., portant sur un signe de type « marque de position » appliqué à des chaussures (classe 25). Cette décision est fondée principalement sur l'absence de caractère distinctif du signe.

L'EU IPO considère que le signe, consistant en une forme apposée sur la semelle intermédiaire d'une chaussure, ne s'écarte pas suffisamment des normes et pratiques du secteur. Il est perçu par le public pertinent (des consommateurs moyens à l'échelle de l'Union européenne) comme un élément décoratif ou fonctionnel courant et non comme un indicateur d'origine commerciale. Malgré les arguments du déposant mettant en avant le caractère prétendument original, esthétique et reconnaissable du design, l'Office estime que ces caractéristiques ne suffisent pas à conférer un caractère distinctif intrinsèque.

L'EU IPO rejette également l'argument selon lequel la position spécifique du signe sur la chaussure lui conférerait une distinctivité propre. Selon l'analyse retenue, les consommateurs ne sont pas habitués à identifier l'origine d'un produit à partir de ce type d'éléments de design, sauf lorsqu'ils présentent un caractère particulièrement marquant, ce qui n'est pas le cas en l'espèce.

Par ailleurs, la demande fondée sur l'acquisition du caractère distinctif par l'usage a également été rejetée. Bien que Nike ait fourni des éléments démontrant une exploitation commerciale importante du modèle concerné (Air Max 90), l'Office estime que ces preuves concernent principalement le produit dans son ensemble ou la marque Nike, et non le signe spécifique revendiqué. En outre, les éléments fournis, notamment les enquêtes consommateurs limitées à certains États membres, ne permettent pas d'établir une reconnaissance du signe à l'échelle de l'Union européenne.

Ainsi, l'EU IPO considère que le signe ne remplit pas les conditions requises, ni au titre du caractère distinctif intrinsèque ni au titre du caractère distinctif acquis. La demande d'enregistrement est donc rejetée, avec possibilité de recours dans les délais prévus par le règlement.

## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

### Précisions sur l'application du critère d'activité inventive en matière de brevets

Cour de cassation, Chambre commerciale, sociétés Medtrum c/ société Insulet Corporation, 28 janvier 2026, n°23-16.425

La société Insulet corporation, titulaire d'un brevet européen pour un dispositif de distribution de fluide reproche à la société Medtrum d'avoir développé et commercialisé des dispositifs susceptibles de le contrefaire. La Cour d'appel de Paris avait ordonné des mesures provisoires d'interdiction de commercialisation.

La Cour de cassation confirme cette décision jugeant que la contrefaçon était suffisamment vraisemblable pour justifier les mesures provisoires. Elle rejette également les arguments de nullité du brevet, notamment l'absence d'activité inventive ou l'extension abusive du brevet, les jugeant non sérieux.

Elle rappelle qu'une invention n'est considérée comme évidente que si la personne du métier peut y parvenir immédiatement et sans effort, en se limitant à ses connaissances propres. La consultation de la documentation d'un domaine technique voisin est possible, surtout si elle vise à résoudre le même problème technique, mais la sollicitation d'experts d'autres spécialités n'est pas autorisée.

La Cour souligne également qu'un simple engagement de ne pas commercialiser les produits litigieux n'a aucune force exécutoire et ne peut se substituer aux mesures prononcées par la justice. Les mesures d'interdiction sous astreinte restent donc proportionnées et nécessaires pour protéger efficacement le brevet.

### Protection d'un packaging alimentaire par le droit d'auteur

Cour d'appel de Paris, Société APHINITEA CORPORATION c/ S.A.S. FIRST FAST FOOD COLLECTIVE - FIRST FFC, 23 janvier 2026, RG n°24/11223

Une créatrice a créé une boîte en carton dénommée "Magnolia", caractérisé par un système de pliage inspiré de l'origami, formant à l'ouverture une fleur à pétale arrondis. Les demanderesses reprochent à la société FIRST FFC d'avoir commercialisé des boîtes concurrentes reprenant les caractéristiques essentielles du modèle "Magnolia", notamment après leur présentation dans des catalogues professionnels et lors de salons spécialisés.

En première instance, le tribunal rejette les demandes de la créatrice en contrefaçon de droit d'auteur estimant que la boîte litigieuse ne bénéficiait pas d'une protection au titre du droit d'auteur.

En appel, les juges adoptent une approche globale de l'originalité et reconnaissent que la combinaison des formes, du pliage et du système de fermeture du modèle traduit des choix libres et créatifs, révélant l'empreinte de la personnalité de son auteur. La Cour en déduit que le modèle est éligible à la protection par le droit d'auteur.

S'agissant de la contrefaçon, la cour retient que les différences invoquées par la partie défenderesse ne sont pas de nature à écarter toute reproduction, dès lors que les caractéristiques essentielles du modèle protégé sont reprises. L'appréciation est fondée sur l'impression d'ensemble produite par les produits en cause.

Ainsi la Cour infirme partiellement la décision de première instance, reconnaît l'existence d'actes de contrefaçon et condamne la partie défenderesse à réparer les préjudices subis. Elle rappelle également que l'action en concurrence déloyale ne peut prospérer qu'à titre subsidiaire, en présence de faits distincts de ceux déjà sanctionnés au titre de la contrefaçon, ce qui n'était pas le cas en l'espèce.

## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

### La titularité des droits d'auteur est une condition de recevabilité de l'action en contrefaçon

[Cour de cassation, Chambre civile 1, Société Optima Brand Design c/ société Maison Villevert, 28 janvier 2026, n°24-11.394](#)

La société Optima Brand Design et son gérant avaient engagé une action contre la société Maison Villevert, alléguant que des créations qu'ils avaient réalisées avaient été utilisées sans autorisation. Le cœur du différend portait sur la qualité pour agir et notamment la capacité juridique des plaignants à intenter une action en contrefaçon.

La Cour d'appel de Bordeaux avait estimé que les demandeurs n'étaient pas titulaires des droits patrimoniaux nécessaires pour soutenir leur action et avait donc déclaré leur démarche irrecevable. En d'autres termes, même si les créations existaient et étaient protégées, les plaignants n'avaient pas démontré qu'ils détenaient les droits leur permettant de poursuivre la société défenderesse.

La Cour de cassation a confirmé cette analyse en rejetant le pourvoi. Elle rappelle ainsi que la simple création ou implication dans une œuvre ne confère pas automatiquement la capacité d'agir en justice. Il faut donc être titulaire des droits patrimoniaux ou avoir reçu une délégation légale pour agir. La décision souligne également que le non-respect de cette condition entraîne le rejet de la demande et la condamnation aux dépens.

### Précisions sur l'enregistrement d'une marque de mouvement

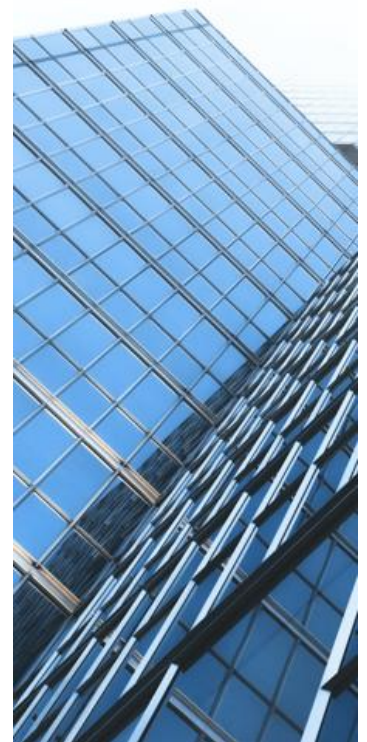
[Tribunal de l'Union européenne, Kct GmbH & Co. KG c/ EUIPO, 14 janvier 2026, T-9/25](#)

La société Kct GmbH & Co. KG avait demandé l'enregistrement d'une marque de mouvement représentant l'ouverture et la fermeture d'une fenêtre rabattable destinée à des véhicules d'expédition. L'EUIPO a rejeté cette demande au motif que la marque constituait exclusivement une caractéristique nécessaire pour obtenir un résultat technique, à savoir permettre à la lumière et à l'air de pénétrer dans un espace clos grâce à l'ouverture de la fenêtre.

La société Kct a alors introduit un recours devant le Tribunal de l'Union européenne afin d'obtenir l'annulation de cette décision. Le Tribunal commence par rappeler que sont exclus de la protection les signes constitués exclusivement par une caractéristique du produit nécessaire à l'obtention d'un résultat technique car le droit des marques ne doit pas conférer un monopole illimité sur des solutions techniques qui doivent rester libres pour les concurrents.

Après avoir examiné la séquence animée du signe, le Tribunal conclut que la seule caractéristique essentielle du signe est le mouvement d'ouverture et de fermeture de la fenêtre. Même si les entretoises noires visibles lors du mouvement sont bien des éléments essentiels du signe, elles remplissent une fonction technique puisqu'elles stabilisent la fenêtre et accompagnent le battant dans son déplacement. Quant au changement de couleur du cadre, il ne s'agit que d'un simple jeu d'ombre inhérent à tout objet tridimensionnel en mouvement et n'a donc aucune portée décorative ou distinctive.

Le Tribunal ajoute que l'existence d'autres solutions techniques pour obtenir le même résultat n'empêche pas l'application du motif de refus prévu par le règlement, dès lors que le signe revendique une caractéristique indispensable à la fonction du produit. Dès lors, toutes les caractéristiques essentielles du signe remplissent une fonction technique justifiant le refus de l'enregistrement par l'EUIPO.



## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

### Nouveau système de protection des indications géographiques protégées

---

#### [Le nouveau système de protection européen pour les indications géographiques artisanales et industrielles](#)

Depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2025, l'Union européenne a mis en place un nouveau système de protection des indications géographiques protégées (IGP) pour les produits artisanaux et industriels. Ce cadre, issu du règlement européen 2023/2411, a pour objectif de renforcer la protection du savoir-faire, du patrimoine commun et de l'authenticité des produits bénéficiant d'une IGP dans toute l'Union européenne.

Une Indication Géographique Protégée (IGP) est un label européen qui garantit la provenance géographique d'un produit ainsi que sa qualité ou sa réputation liée à cette zone. Pour qu'un produit obtienne une IGP, au moins une étape de sa production doit être réalisée dans l'aire géographique concernée. Ce label permet ainsi de valoriser les produits locaux et de protéger leur authenticité sur le marché européen.

La reconnaissance d'une IGP se fait désormais en deux étapes : d'abord au niveau national, auprès de l'INPI, puis au niveau européen, auprès de l'EUIPO. À chaque étape, des oppositions sont possibles si une personne ou une entreprise estime avoir un intérêt légitime à contester l'enregistrement.

L'ancien système d'IGP a été abandonné le 1<sup>er</sup> décembre 2025. Les produits déjà reconnus au niveau national disposent jusqu'au 2 décembre 2026 pour être notifiés à l'EUIPO afin de devenir officiellement des IGP européennes, avec une procédure simplifiée. Ce calendrier permet aux producteurs de s'adapter et d'assurer la continuité de la protection de leurs produits sous ce nouveau régime.



## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE



## Précisions sur les conditions de protection d'un dessin et modèle communautaire

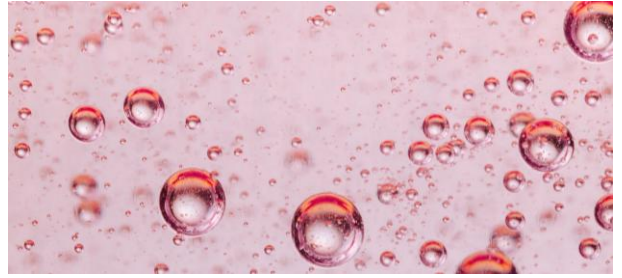
[CJUE, Deity Shoes c/ Mundorama Confort & Stay Design, 18 décembre 2025, C-323/24](#)

L'affaire C 323/24 devant la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) concerne la protection des dessins et modèles communautaires. Le litige oppose *Deity Shoes*, S.L., titulaire de plusieurs dessins de chaussures, à *Mundorama Confort*, S.L. et *Stay Design*, S.L., qui contestent la validité de cette protection. Le tribunal espagnol a saisi la CJUE afin de clarifier les critères applicables pour déterminer si un dessin ou modèle peut bénéficier d'une protection en droit européen.

La question centrale portait sur le niveau de créativité requis, l'incidence des éléments préexistants et l'influence des tendances de la mode sur le caractère individuel des dessins et modèles.

La Cour affirme que la protection d'un dessin ou modèle repose exclusivement sur sa nouveauté et son caractère individuel, c'est-à-dire qu'il produise une impression différente sur l'utilisateur averti par rapport aux modèles antérieurs, sans qu'il soit nécessaire de démontrer un « degré minimal de création ».

Elle précise que la personnalisation de modèles préexistants, y compris à partir d'options proposées par un fournisseur, peut donner lieu à un modèle protégeable dès lors que l'impression générale diffère de celle des modèles existants. Les tendances de la mode ne constituent pas une contrainte susceptible de limiter la liberté du créateur et ne permettent pas de diminuer le seuil du caractère individuel. L'appréciation doit se faire au regard de l'impression globale produite sur l'utilisateur averti, attentif et informé des tendances du secteur et non sur le degré d'originalité ou de complexité



## Marque de renommée et parasitisme

[EUIPO, Parfums Christian Dior c/ Dmytro Volodymyrovych Savenko, 13 janvier 2026, No 3 220 731](#)

Le 13 janvier 2026, l'EUIPO a rendu une décision concernant la protection des marques renommées. Elle a entièrement rejeté la demande d'enregistrement de la marque «ADORE Professional», déposée pour des produits de soins, au motif qu'elle risquait de porter atteinte à la renommée de la marque *J'ADORE*, propriété de Parfums Christian Dior.

La société Parfums Christian Dior s'était opposée à cette demande, invoquant à la fois un risque de confusion et la renommée de sa marque sur le territoire de l'Union européenne. L'opposition reposait sur des preuves de notoriété incluant des études de marché, des campagnes publicitaires et des décisions antérieures confirmant la réputation de *J'ADORE* dans les secteurs de la parfumerie et de la beauté.

L'EUIPO a jugé que les signes *J'ADORE* et *ADORE Professional* présentaient une similitude suffisante, notamment à travers l'élément dominant «ADORE», pour créer un lien dans l'esprit du public pertinent. Cette proximité était jugée significative même si les produits n'étaient pas identiques, car elle pouvait entraîner un avantage indu pour le déposant de la nouvelle marque.

La Division a également souligné que l'usage de «ADORE Professional» aurait pu tirer profit du prestige et de l'image de luxe de *J'ADORE*, ce qui constitue un cas de parasitisme de marque. L'argument de bonne foi avancé par le déposant n'a pas été retenu.

## ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

### Possibilité d'invoquer le parasitisme pour la première fois en cause d'appel

Cour de cassation, Chambre commerciale, Richemont International SA & Cartier c/ société Tism, 18 mars 2026, n°24-17.016

Dans son arrêt rendu le 18 mars 2026, la Cour de cassation a précisé les conditions dans lesquelles une action en parasitisme peut être introduite en appel.

La Haute juridiction a confirmé qu'il est possible d'engager cette action même si elle n'avait pas été soulevée devant le tribunal de première instance, à condition qu'elle repose sur les mêmes faits qu'une action initiale en contrefaçon. Cette décision offre ainsi une seconde opportunité aux titulaires de droits lorsque leur action en contrefaçon échoue.

L'affaire opposait la société Panerai, aux droits de laquelle vient la société Richemont international, titulaire des droits sur la montre « Radiomir » dont Cartier était chargé de la distribution en France, à la société Tism, qui commercialisait une montre concurrente nommée « Augarde ». Les sociétés Officine Panerai et Cartier avaient initialement intenté une action en contrefaçon contre Tism, mais le Tribunal judiciaire de Paris avait annulé les marques invoquées, privant l'action de sa base juridique. Face à cette situation, la société Officine Panerai a tenté de poursuivre Tism sur le fondement du parasitisme.

La Cour de cassation a rappelé que l'action en parasitisme se distingue de l'action en contrefaçon en ce qu'elle ne repose pas sur l'existence de droits privatifs, mais sur l'exploitation induite de l'effort ou de la réputation d'autrui. Elle a également précisé que l'action en parasitisme peut être engagée même si les produits ne sont pas en concurrence directe sur le marché. Par conséquent, la Cour a jugé que l'action en parasitisme introduite en appel était recevable puisqu'elle se fondait sur les mêmes faits que l'action initiale en contrefaçon.

### Précision des exigences probatoires pour résister à une demande de mainlevée

Cour d'appel d'Aix-en-Provence, S.A.S. FRANCE TECHNOLOGIE ASCENSEURS c/ S.A.S SODIMAS, 15 janvier 2026, n°25/01456

Dans un arrêt du 15 janvier 2026, la Cour d'appel d'Aix-en-Provence confirme l'ordonnance du président du Tribunal judiciaire de Marseille qui avait refusé la mainlevée de deux saisies contrefaçon de logiciels pratiquées à la demande de la société Sodimas dans les locaux de France Technologie Ascenseurs, autour du logiciel « Basicboard », suspecté de reproduire le logiciel « NG240 ».

La Cour rappelle que, saisie d'une demande de mainlevée, elle doit vérifier dans un premier temps la qualité à agir c'est-à-dire le périmètre du logiciel, la vraisemblance de l'originalité, la date et la titularité des droits. Dans un second temps elle vérifie l'existence d'indices de contrefaçon en tenant compte aussi des éléments révélés par la saisie elle-même.

En l'espèce, elle juge que Sodimas justifie de droits d'auteur sur le logiciel NG240 (développé par ses salariés) et d'une vraisemblable originalité (comparatif de codes sources), et que subsistent des indices sérieux de contrefaçon : fortes similitudes entre les notices NG240 et Basicboard, analyse de codes sources montrant de nombreuses ressemblances, et suppression en cours de saisie des codes Basicboard sur le serveur de France Technologie Ascenseurs.

Ainsi, la demande de mainlevée est rejetée et l'ordonnance confirmée.

## ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ

**IA générative : une guerre judiciaire entre les éditeurs américains et Google**

Mémoire en faveur de la demande d'intervention, Cengage Group & Hachette Book Group, 20 février 2026

Aux Etats-Unis, la bataille juridique autour de l'usage des œuvres protégées pour entraîner des systèmes d'intelligence artificielle générative s'intensifie avec un nouveau volet contre Google.

Le 15 janvier 2026, l'Association of American Publishers (AAP) a annoncé une nouvelle étape dans la bataille judiciaire de l'intelligence artificielle générative. Deux grands éditeurs, Cengage Group et Hachette Book Group, ont déposé une motion pour intervenir dans l'affaire *In re Google Generative AI Copyright Litigation* jusqu'ici portée par un collectif d'illustrateurs et d'écrivains.

Google s'est opposé à cette motion fin janvier 2026, et les éditeurs ont répondu à cette opposition le 5 février 2026 en indiquant notamment que Google déformait les intérêts juridiques évidents des éditeurs dans cette affaire et a rappelé l'importance et la nécessité que les éditeurs puissent se tenir aux cotés des auteurs dans la lutte pour la protection des droits d'auteur.

Dans ce dossier devant la Cour fédérale du district nord de Californie, les éditeurs Cengage Group et Hachette Book Group demandent à être reconnus comme représentants de l'ensemble des titulaires de droits dont les œuvres auraient été utilisées sans autorisation pour entraîner Gemini, le système d'intelligence artificielle générative de Google. Ils soulignent l'importance de leur expertise pour renforcer le volet juridique et probatoire de cette action. La plainte allègue que Google aurait copié des millions d'ouvrages protégés par le droit d'auteur sans compensation ni licence, citant notamment plusieurs titres représentatifs. L'affaire est toujours en cours devant la juridiction Californienne.



## ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ

## IA générative : une guerre judiciaire entre les éditeurs américains et Google



Ce mouvement s'inscrit dans un débat plus large aux Etats-Unis autour de l'application de la doctrine du *fair use* au contexte de l'intelligence artificielle. Au-delà de cette action spécifique contre Google, de nombreux litiges similaires ont été engagés contre divers acteurs du secteur technologique pour l'utilisation non autorisée d'œuvres protégées dans l'entraînement des modèles d'IA.

Parallèlement, en Europe par exemple, des initiatives législatives visent à accroître la transparence sur les œuvres utilisées dans des bases d'entraînement et à clarifier le cadre juridique applicable à ces technologies. Après une première étape franchie en commission juridique, le « rapport Voss » sur l'intelligence artificielle générative et le droit d'auteur a été adopté en séance plénière le 10 mars 2026. Par ce vote, le Parlement européen a réaffirmé son soutien à une action législative visant à protéger de manière effective le droit d'auteur et les droits voisins dans l'environnement de l'IA générative. Les députés appellent la Commission européenne à proposer des mesures ciblées pour répondre aux déséquilibres persistants et aux pratiques jugées injustes sur ce marché en pleine expansion, en particulier en matière de transparence des bases d'entraînement et de respect des droits des titulaires.

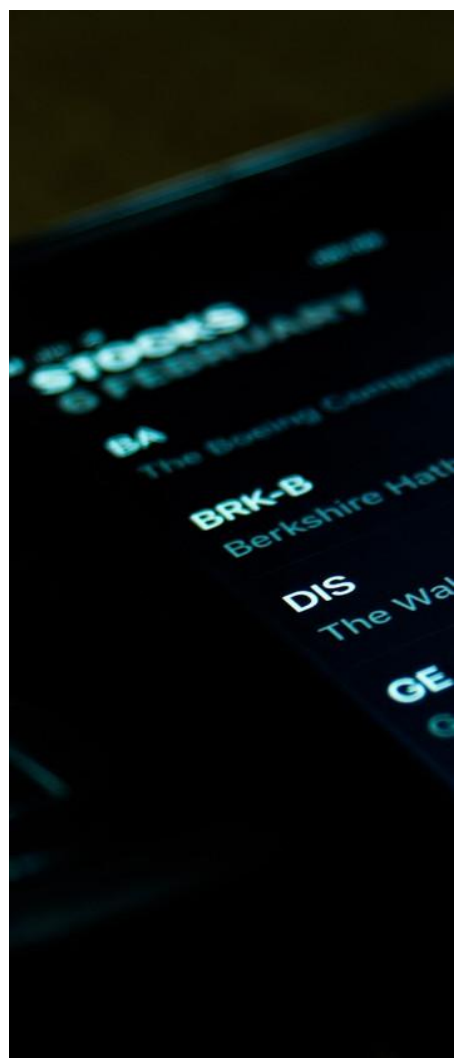
Dans cette même logique, l'attention se porte désormais sur les suites que donnera la Commission européenne à cet appel, ainsi que sur les travaux parlementaires nationaux. En France, le Sénat doit prochainement examiner le projet de loi porté par la sénatrice Laure Darcos en décembre 2025 relatif à la présomption d'utilisation des contenus culturels par les fournisseurs d'IA.

## ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ

## Lanceurs d'alerte et diffamation publique

Cour de cassation, Chambre criminelle, 13 janvier 2026, n°24-86.344

Par un arrêt en date du 13 janvier 2026, la chambre criminelle de la Cour de cassation a rejeté le pourvoi formé contre un arrêt ayant condamné un ancien associé pour diffamation publique envers un particulier, à la suite de la publication d'un article sur LinkedIn mettant en cause la gestion et les pratiques de son ex-partenaire dans une société de produits cosmétiques. Le prévenu invoquait notamment la qualité de lanceur d'alerte pour justifier ses propos.



La Cour précise que l'article 122-9 du Code pénal, relatif au fait justificatif du lanceur d'alerte, n'est pas applicable en matière de poursuites pour diffamation. Toutefois, lorsqu'un prévenu soutient avoir agi en tant que lanceur d'alerte, les juges doivent apprécier l'excuse de bonne foi à la lumière de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'Homme et notamment l'arrêt Halet c. Luxembourg. Cette analyse s'appuie sur plusieurs critères précis, notamment la possibilité d'avoir recours à d'autres modes de signalements que la divulgation publique, le caractère raisonnablement crédible des informations révélées, l'absence de recherche d'un avantage personnel ainsi que sa mise en balance entre l'intérêt public des faits divulgués et les éventuels préjudices engendrés par leur diffusion.

En l'espèce, la Cour de cassation relève que, même si les informations divulguées pouvaient relever d'un sujet d'intérêt public et s'inscrivaient dans un contexte professionnel conflictuel, la Cour d'appel a souverainement estimé que la bonne foi du prévenu n'était pas caractérisée. Les juges du fond ont notamment retenu l'absence de vérifications suffisantes des accusations graves formulées, leur diffusion dans un contexte de litige personnel, ainsi qu'une intention de nuire à l'ancien associé. Les pièces invoquées pour établir la véracité des faits, postérieures au propos litigieux, n'ont pas été jugées déterminantes.

Cet arrêt clarifie l'articulation entre le régime du lanceur d'alerte et le droit de la diffamation, en affirmant que la protection conventionnelle de la liberté d'expression peut s'appliquer, mais dans le cadre d'un contrôle strict de la bonne foi au regard des critères dégagés par la jurisprudence européenne.

## ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ



### Retweet et parasitisme

---

[Tribunal Judiciaire de Paris, FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RUGBY c/ société MANSE INTERNATIONAL, 6 janvier 2026, n°23/08148](#)

Le 6 janvier 2026, le Tribunal judiciaire de Paris a rendu un jugement opposant la Fédération Française de Rugby (FFR) à la société Manse International, éditrice de la plateforme « Royaltiz » permettant d'investir sur des célébrités, notamment des sportifs.

La FFR reprochait à la société d'avoir, lors du Tournoi des Six Nations en 2022, mené une campagne de communication numérique en lien étroit avec les matchs du XV du France, pour faire la promotion de l'arrivée de nouveaux joueurs internationaux de rugby sur la plateforme. Les agissements litigieux consistaient en retweets de nombreux messages sur les réseaux sociaux des comptes des joueurs de rugby et de la FFR ainsi que dans l'utilisation d'une photographie prise à l'issue du match France-Angleterre du 19 mars 2022. Selon la fédération, ces publications constituaient à la fois une atteinte à son droit exclusif d'exploitation des compétitions sportives qu'elle organise et des agissements parasitaires.

Dans son jugement, le Tribunal a retenu la violation du droit d'exploitation exclusif du spectacle sportif s'agissant de l'utilisation, sans autorisation et à des fins commerciales, d'un cliché issu d'un match organisé par la FFR, titulaire des droits en raison de sa qualité d'organisatrice.

Les juges ont également caractérisé des agissements parasitaires, estimant que la répétition et la périodicité des publications démontraient une volonté de s'inscrire dans le sillage de la notoriété du XV de France afin d'en tirer un avantage économique, y compris par le biais de simples « retweets » dont l'auteur engage sa responsabilité.

Toutefois, la juridiction a débouté la FFR de sa demande de 280 000 euros de dommages et intérêts considérant que le préjudice allégué n'était pas suffisamment justifié dans son montant. La suppression des publications litigieuses a été ordonnée sous astreinte de 100 euros par jour de retard pendant 90 jours, après un délai d'un mois suivant la signification du jugement.

# ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ

## Dénigrement et concurrence déloyale

Cour de cassation, Chambre commerciale, société Full Motion Video Systems (FMVS) c/ société Procomm-MMC, 7 janvier 2026, n°24-18.085



Le 7 janvier 2026, la chambre commerciale de la Cour de cassation a rendu un arrêt dans un litige opposant deux sociétés concurrentes du secteur des technologies audiovisuelles professionnelles, la société Procomm-MMC, spécialisée dans les systèmes de communication et solutions audiovisuelles, et la société Full Motion Video Systems (FMVS), intégrateur de solutions vidéo et multimédia.

L'affaire portait sur des allégations de concurrence déloyale à la suite du départ d'un salarié de la société Procomm-MMC, devenu actionnaire et dirigeant de FMVS. La société Procomm-MMC reprochait à FMVS et à l'ancien salarié l'appropriation et l'usage d'informations confidentielles, ainsi que des actes de dénigrement envers son activité, invoquant des courriels internes et le détournement présumé de la clientèle.

Dans cet arrêt, la Cour de cassation rappelle que le dénigrement constitue un acte de concurrence déloyale seulement s'il est rendu public. Or, des propos contenus exclusivement dans des courriels internes, sans diffusion à des tiers, ne satisfont pas à cette condition.

Elle précise également que l'indemnisation d'un préjudice matériel exige la démonstration concrète et chiffrée de son existence et de son étendue. L'octroi de dommages et intérêts ne peut pas reposer sur une évaluation insuffisamment motivée du dommage économique allégué.

L'arrêt d'appel est donc partiellement cassé. Par cette décision la Cour réaffirme ainsi les exigences strictes encadrant la qualification des actes de concurrence déloyale et la preuve du préjudice indemnisable.



# ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ



## Avis de l'autorité de la concurrence

Autorité de la concurrence, Avis 26-A-02, 18 février 2026

L'Autorité de la concurrence s'est autosaisie afin d'examiner le fonctionnement de la concurrence dans le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France, désormais intégré à l'industrie audiovisuelle. Elle y analyse la structuration du marché, l'évolution du cadre juridique avec la mise en œuvre du DMA, DSA, et la loi « influenceurs », et le rôle des plateformes, des créateurs, des agences et des annonceurs.

L'Autorité observe une croissance rapide du nombre de créateurs à l'égard de quelques plateformes incontournables. Celles-ci disposent d'un pouvoir de marché important, leur permettant de fixer unilatéralement les règles du partage des revenus et les conditions de visibilité des contenus. Les barrières à l'entrée pour de nouvelles plateformes et l'adaptation difficile des créateurs à des environnements multiples renforcent ce déséquilibre.

L'Autorité examine également l'impact de l'intelligence artificielle générative sur le secteur. Elle analyse la manière dont ces technologies modifient la production, la diffusion et la concurrence entre les créateurs, notamment en facilitant la création automatisée de contenus et en influençant les conditions de marché.

À l'issue de son analyse, l'Autorité formule sept recommandations visant à améliorer l'équilibre des relations économiques au sein du secteur :

- Former les créateurs de contenus par le biais des organisations professionnelles afin qu'ils connaissent leurs droits dans le cadre de leurs relations avec les partenaires commerciaux ;
- Identification par les opérateurs de systèmes d'intelligence artificielle générative et les plateformes en ligne des contenus générés par intelligence artificielle générative dans la mesure où cela est susceptible de constituer un paramètre de la concurrence entre les contenus ;
- Assurer un partage des revenus équitable et transparent de la part des plateformes entre elles et les créateurs de contenu ;
- Accroître la transparence des plateformes dans le cadre de la mise en œuvre de leurs algorithmes de recommandation ainsi que les changements et mises à jour dans le fonctionnement des algorithmes ;
- Davantage de vigilance des plateformes en ce qui concerne le caractère transparent des mesures de modération des contenus hébergés ;
- Fournir aux créateurs, quelle que soit leur notoriété, un vrai support humain et matériel de la part des plateformes pour comprendre les baisses de visibilité ou sanctions ;
- Éviter toute utilisation injuste des algorithmes de recommandation ou de modération par les plateformes pouvant constituer un abus de position dominante et porter gravement atteinte à la concurrence et à la diversité des contenus (promouvoir les contenus les plus rémunérateurs ou ceux produits par intelligence artificielle).



**Stéphanie Berland**

**Avocate – Associée**

T: +33 1 40 69 26 63

E: s.berland@dwf.law



**Emmanuel Durand**

**Avocat – Associé**

T: +33 1 40 69 26 83

E: e.durand@dwf.law



**Florence Karila**

**Avocate – Associée**

T: +33 1 40 69 26 57

E: f.karila@dwf.law



**Anne-Sylvie Vassenaix-Paxton**

**Avocate – Associée**

T: +33 1 40 69 26 51

E: as.vassenaix-paxton@dwf.law

DWF est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de services juridiques et commerciaux intégrés.

Notre approche de Gestion Juridique Intégrée offre une plus grande efficacité, une maîtrise des prix et une transparence pour nos clients.

Nous fournissons des services juridiques et commerciaux intégrés à l'échelle mondiale grâce à nos 3 offres, Legal Advisory, Legal Operations et Business Services, dans nos huit secteurs clés. Nous combinons de manière transparente un certain nombre de nos services pour fournir des solutions sur mesure à nos différents clients.

© DWF, 2026. tous droits réservés. DWF est un nom commercial collectif pour la pratique juridique internationale et l'activité commerciale multidisciplinaire comprenant DWF Group Limited (constitué en Angleterre et au Pays de Galles, immatriculé sous le numéro 11561594, dont le siège social est situé au 20 Fenchurch Street, Londres, EC3M 3AG) et ses filiales et entreprises filiales (telles que définies dans la loi britannique sur les sociétés (Companies Act) de 2006). Pour de plus amples informations sur ces entités et sur la structure du groupe DWF, veuillez vous référer à la page "Mentions légales" de notre site Internet à l'adresse suivante : [www.dwfgroup.com](http://www.dwfgroup.com). Lorsque nous fournissons des services juridiques, nos avocats sont soumis aux règles de l'organisme de réglementation auprès duquel ils sont admis et les entités du groupe DWF qui fournissent ces services juridiques sont réglementées conformément aux lois pertinentes des juridictions dans lesquelles elles opèrent. Tous les droits sont réservés. Ces informations sont destinées à une discussion générale sur les sujets abordés et ne sont données qu'à titre indicatif. Elles ne constituent pas un avis juridique et ne doivent pas être considérées comme un substitut à un avis juridique. DWF n'est pas responsable de toute activité entreprise sur la base de ces informations et ne fait aucune déclaration ou garantie de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité ou l'adéquation des informations contenues dans le présent document.

[dwfgroup.com](http://dwfgroup.com)