LE DÉPARTEMENT

Cahors,

Affaire suivie par Marthe DARBON
Ligne directe : 05.65.53.42.18
Mail : marthe.darbon@lot.fr

MEMOIRE EN DEFENSE N°3

Le Président du Département du Lot

à

Mesdames et Messieurs le Président et les Conseillers du Tribunal administratif de Toulouse

Dossier : ASSOCIATION FRANCOPHONIE AVENIR c/ CONSEIL DEPARTEMENTAL DU LOT

Référence : 2206863

POUR :

Le Département du Lot
Avenue de l'Europe – Regourd
BP 291
46005 CAHORS CEDEX 9
Représenté par son Président

Défendeur

CONTRE :

L'association Francophonie Avenir (AFRAV)
2811 chemin de Saint-Paul
Parc Louis Riel
30129 MANDUEL
Représentée par son président, Monsieur Régis RAVAT

Requérante

Le Département du Lot se prévaut de tous les moyens développés dans ses précédents mémoires et entend y ajouter les éléments suivants.

I – À TITRE PRINCIPAL : SUR LA CONFORMITÉ DE LA MARQUE « OH MY LOT ! » À LA LOI TOUBON

1 – Absence de décision de la commission d'enrichissement de la langue française publiée au Journal officiel approuvant expressément un terme français équivalent au mot « my »

L'association requérante soutient que l'emploi de la marque « Oh my Lot ! » est contraire aux dispositions de la loi n°94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, dite loi Toubon, notamment à celles de son article 14.

Elle indique en effet que le terme « my » est parfaitement traduisible en français et qu'il n'est même pas la peine de chercher un terme français équivalent dans le registre des termes officiels de la commission d'enrichissement de la langue française.

Or, il est désormais de jurisprudence constante, depuis la décision du Conseil d'Etat n°435372 du 22 juillet 2020, que :

- « *pour les noms de marque de fabrique, de commerce ou de service, l'obligation d'emploi de la langue française, dont le principe est posé par l'article 2 de la loi du 4 août 1994, obéit aux dispositions particulières de l'article 14 de cette loi qui prévoit que l'emploi, dans le nom d'une marque utilisée pour la première fois après l'entrée en vigueur de la loi, d'une expression ou d'un terme étranger à la langue française,* ***n'est interdit aux personnes morales de droit public que s'il existe une expression française de même sens approuvée par la commission d'enrichissement de la langue française et publiée au Journal officiel de la République française*** ».

- Ainsi, dès lors que l'expression ou le terme étranger litigieux n'a pas fait l'objet d'une approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'une expression ou d'un terme français équivalent publié au Journal officiel, la marque ne méconnaît pas l'obligation d'emploi de la langue française.

C'est ainsi que le Conseil d'Etat a jugé que, l'expression « let's » n'ayant pas fait l'objet d'une approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'une expression française équivalente publiée au Journal officiel, la marque « Let's Grau » ne méconnaissait pas l'obligation d'emploi de la langue française.

Il en a par la suite été de même pour les marques publiques suivantes :

- « French Impact » (Tribunal administratif de Paris, 6 octobre 2022, n°2006809) ;
- « Choose France » (Tribunal administratif de Paris, 6 octobre 2022, n°2001586) ;
- « French Tech » et « Next 40 » (Tribunal administrative de Paris, 6 octobre 2022, n°200013) ;

À chaque fois, le tribunal administratif a constaté que les expressions anglaises litigieuses n'avaient pas fait l'objet d'une approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'expressions françaises équivalentes publiées au Journal officiel. Par conséquent, il a jugé que les marques précitées ne méconnaissent pas l'obligation d'emploi de la langue française posée par la loi Toubon.

Le tribunal a également appliqué cette jurisprudence dans le sens inverse. Ainsi, la marque publique « Health Data Hub » a été invalidée au motif que les trois termes litigieux la

composant, « health », « data » et « hub », avaient fait l'objet de traductions approuvées par décisions de la commission d'enrichissement de la langue française publiées au Journal officiel respectivement le 3 juin 2003, le 22 septembre 2000 et le 16 mars 1999, soit antérieurement au dépôt de la marque et à l'ouverture du contentieux portant sur son utilisation (Tribunal administratif de Paris, 20 octobre 2022, n°2006810).

Il en résulte que, afin de déterminer si la marque « Oh my Lot ! » contrevient ou non à la loi Toubon, le raisonnement à adopter est binaire : si le terme « my » a fait l'objet d'une traduction approuvée par décision de la commission d'enrichissement de la langue française publiée au Journal officiel, alors son utilisation dans une marque est illégale. Dans le cas contraire, son utilisation est parfaitement légale.

En l'espèce, aucune décision de la commission approuvant une traduction française du mot « my » n'a fait l'objet d'une publication au Journal officiel. Par conséquent, l'utilisation de la marque « Oh my Lot ! » ne contrevient pas aux dispositions de la loi Toubon.

2 – Absence d'applicabilité de la décision de la commission d'enrichissement de la langue française du 2 juillet 2021 au présent contentieux

L'association requérante invoque une décision de la commission d'enrichissement de la langue française en date du 2 juillet 2021, par laquelle cette dernière a décidé que :

> « *Les mots, termes, expressions et tournures de la langue française attestés dans les huitième et neuvième éditions du Dictionnaire de l'Académie française et dans le Trésor de la langue française sont approuvés dans les conditions prévues par le décret du 3 juillet 1996 susvisé. Ils sont obligatoirement utilisés à la place des termes et expressions équivalents en langues étrangères dans les cas mentionnés à l'article 11 du décret du 3 juillet 1996 susvisé, en l'absence de termes et expressions publiés au Journal officiel* ».

Cependant, le tribunal constatera que cette décision n'est pas applicable au présent contentieux.

a) L'entrée en vigueur de la décision de la commission est postérieure au dépôt de la marque et à la date de la décision attaquée

Publiée au Journal Officiel le 4 juillet 2021, cette décision ne peut justifier l'annulation de la décision implicite de rejet attaquée, née au mois de juillet 2019, sans qu'il lui soit conféré une portée rétroactive.

Au jour de la décision implicite de rejet contestée par l'association requérante, la décision de la commission d'enrichissement de la langue française du 2 juillet 2021 n'existait pas.

Elle n'existait pas non plus au moment du dépôt de la marque « Oh my Lot ! » auprès de l'INPI en 2018.

Or cette décision ne saurait s'appliquer, y compris pour l'avenir, à des situations légalement constituées antérieurement.

En ce sens, le II de l'article 14 de la loi Toubon précise que ses dispositions « *ne sont pas applicables aux marques utilisées pour la première fois avant l'entrée en vigueur de la présente loi* ». Cette disposition avait vocation à préserver les droits acquis et les situations constituées avant la publication de la loi. Les dispositions de l'article 20, précisant que la loi ne s'applique pas aux contrats en cours, vont dans le même sens.

Une décision entrée en vigueur en juillet 2021 ne saurait avoir pour conséquence d'invalider l'existence d'une marque déposée et utilisée pour la première fois au cours de l'année 2018 sans que cela ne remette en cause le principe de sécurité juridique.

C'est pour cette raison que, lorsqu'il est saisi de conclusions tendant à l'annulation d'un acte, le juge de l'excès de pouvoir apprécie la légalité de cet acte à la date de son édiction, et non à la date du jugement.

D'ailleurs, le même moyen tendant à l'application de la décision du 2 juillet 2021 avait été soulevé par l'association requérante dans le cadre de ses recours respectifs contre l'utilisation des marques « French Impact », « Choose France », « French Tech » et « Next 40 ». À chaque fois, il a été purement et simplement écarté par le tribunal administratif (les décisions attaquées étaient antérieures à la publication de la décision de la commission).

Appliquer la décision de la commission d'enrichissement de la langue française au présent litige aurait également pour effet de conférer à celle-ci un pouvoir outrepassant les prérogatives qui lui ont été confiées par le législateur. Cela reviendrait en effet à lui offrir le pouvoir de décider à tout moment du sort d'une marque composée d'un terme étranger, y compris bien après son dépôt et sa première utilisation. Il lui suffirait pour cela de prendre une décision approuvant l'équivalent français du terme en question.

b) La décision du 2 juillet 2021 de la commission d'enrichissement de la langue française est illégale

En adoptant la décision du 2 juillet 2021, la commission d'enrichissement de la langue française a outrepassé les attributions qui sont les siennes en application du décret n°96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française.

Pour rappel, la commission a principalement pour fonction de proposer, après les avoir examinés, en lieu et place de l'utilisation de termes étrangers, de **nouveaux** termes, expressions et définitions, qui ont vocation à intégrer officiellement la langue française, lorsqu'ils ont reçu l'accord de l'Académie française et dès lors qu'ils sont publiés au Journal Officiel.

L'article 1er du décret précité dispose en ce sens que la commission est créée « *en vue de favoriser **l'enrichissement** de la langue française, de développer son utilisation, notamment dans la vie économique, les travaux scientifiques et les activités techniques et juridiques, d'améliorer sa diffusion en proposant **des termes et expressions nouveaux** pouvant servir de référence, de contribuer au rayonnement de la francophonie et de promouvoir le plurilinguisme* ».

Ce travail est notamment crucial dans les domaines des sciences et de la technique, en constante évolution, afin d'assurer l'emploi de terminologies équivalentes à celles existant dans d'autres langues étrangères.

Ainsi, grâce aux travaux de la commission, ont intégré la langue française les mots suivants (cf : rapport annuel 2018 de la commission) :
- « mobile multifonction » en lieu et place de « smartphone » (Avis publié au JORF du 11 janvier 2018) ;
- « logiciel rançonneur » en lieu et place de « ransomware » (Avis publié au JORF du 25 février 2018) ;
- « référenciation », voire « parangonnage » en lieu et place de « benchmarking » (Avis publié au JORF du 25 février 2018) ;
- « coûts réduits » en lieu et place de « low cost » (Avis publié au JORF du 28 mars 2018) ;
- « dialogueur » en lieu et place de « chatbox » (Avis publié au JORF du 9 décembre 2018).

Au-delà de cette compétence d'enrichissement de la langue française, la commission outrepasse ses attributions. **Elle n'est en aucun cas compétente pour « adouber » ou bien « officialiser » les mots, termes, expressions et tournures de la langue française d'ores-et-déjà existants ».**

La décision du 2 juillet 2021 dont se prévaut l'association requérante est donc illégale et ne pourra trouver application dans le cadre du présent contentieux, car elle est prise en méconnaissance des dispositions du décret du 3 juillet 1996 et en méconnaissance des attributions strictes qui sont conférées à la commission par ce même texte.

L'objet de cette décision était d'ailleurs clair et sans équivoque : il s'agissait pour la commission d'enrichissement de la langue française de faire barrage à la jurisprudence établie par le Conseil d'Etat lors de sa décision n°435372 du 22 juillet 2020, qu'elle vise expressément. Or, là n'est pas le rôle de la commission, qui n'est pas législateur.

II – À TITRE SUBSIDIAIRE : SUR LA NÉCESSITÉ D'UN DÉLAI POUR METTRE UN TERME À L'UTILISATION DE LA MARQUE « OH MY LOT ! »

Si par extraordinaire le tribunal de céans estimait la requête de l'association recevable et décidait d'annuler la décision implicite de rejet attaquée, le Département demande que l'annulation ne prenne effet qu'à une date ultérieure en raison des coût financiers, mais également tu temps nécessaire à l'effacement définitif d'une marque déjà bien ancrée sur le territoire du département et adoptée par de nombreux acteurs du territoire.

En effet, la marque « Oh my Lot ! » a déjà plus de quatre ans d'existence. Depuis 2018, date de son dépôt auprès de l'INPI, de nombreuses actions représentant un investissement conséquent sur les plans humain, logistique et financier ont été menées afin de mettre en place le programme d'attractivité « Oh my Lot ! », qui vise à mieux faire connaître le département du Lot et à y attirer des actifs répondants aux besoins du territoire et des entreprises.

De nombreux acteurs du territoire (entreprises, collectivités territoriales, associations, partenaires institutionnels), fortement impliqués dans le développement de la marque, verraient leur activité impactée, d'une manière négative, par une disparition brusque et soudaine de la marque.

Il s'agit par exemple de :
- ⇨ Plus de 600 ambassadeurs (personnes physiques) ;
- ⇨ Près de 300 professionnels lotois inscrits comme ambassadeurs au titre de leur entreprise ou de leur association ;
- ⇨ 15 partenaires institutionnels ;
- ⇨ Un nombre important d'acteurs publics et privés lotois qui utilisent la marque sur leurs produits/services (comme la Biscuiterie Fine de France, les cars Raynald voyage…) ou dans leurs supports de communication (des comités des fêtes, Lot Tourisme, clubs sportifs…) ;

La disparition soudaine de la marque aurait également pour conséquence de mettre un terme aux actions déjà engagées pour l'année 2023. Il s'agit par exemple des campagnes de communication associant la marque, qui sont d'ores et déjà lancées. Or ce type de campagne mobilise de lourds investissements humains et financiers et une anticipation de plusieurs mois.

Il s'agit également d'évènements culturels organisés par des tiers, notamment les nombreux festivals qui ont lieu tout au long de l'année sur le territoire du département. Ces évènements, sponsorisés par la marque, sont déjà programmés. La disparition de la marque serait lourde

de conséquences pour les organisateurs, qui se verraient contraints de revoir toute leur communication autour des évènements en question.

Afin de limiter l'impact négatif d'une disparition soudaine de la marque « Oh my Lot » sur les nombreux acteurs du territoire qui l'utilisent et l'exploitent, le Département sollicite donc qu'en cas d'annulation de la décision litigieuse, celle-ci ne prenne effet qu'après un délai qui ne saurait être inférieur à 18 mois.

Par ces motifs précédemment développés, le Département conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
- À TITRE PRINCIPAL : de rejeter la requête de l'association Francophonie Avenir tendant à l'annulation de la décision implicite de rejet par laquelle le Président du Département a refusé de mettre un terme à l'utilisation de la marque « Oh my Lot ! » ;
- À TITRE SUBSIDIAIRE, EN CAS D'ANNULATION DE LA DÉCISION ATTAQUÉE : d'accorder au Département un délai qui ne saurait être inférieur à 18 mois pour exécuter le jugement.

Pour le président et par délégation,
la directrice générale adjointe
Secrétariat général et Appui aux territoires

Signé par : Ingrid LEROUX
Date : 10/02/2023
Qualité : Direction Générale Adjointe Secrétariat Général et Appui aux Territoires

Ingrid LEROUX