



Propriété intellectuelle et Jeu de Rôle : une distorsion... de l'information ?

Juillet-Août 2009

La Fédération Française de Jeu de Rôle a été récemment avertie d'une situation juridique embarrassante touchant le monde du jeu de rôle Grandeur Nature (qui, rappelons-le, relève de nos amis de la FédéGN : www.fedegn.org). Selon la Guilde de Bretagne des Jeux de Simulation par qui l'information nous est parvenue, une société du nom de 10TorsionS aurait déposé auprès de l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) l'expression *murder party* comme marque, puis aurait engagé plusieurs procédures visant à empêcher l'utilisation de cette marque par des tiers, réclamant au passage des dédommagements conséquents.

Le premier réflexe, lorsqu'un pair est attaqué, est naturellement la solidarité. D'autant que dans le milieu associatif, la survie dépend autant du moral des troupes que des finances, souvent bien maigres... C'est dire si la perspective d'un procès coûteux (frais de procédure, dédommagements) est effrayante.

La FFJDR, rapportant le cas particulier du procès *10TorsionS contre Carte Blanche* (domaine du GN) à son propre domaine d'activité (le Jeu de Rôle ludique sur table), est ainsi particulièrement sensible au devenir de structures fragiles tant sur le plan économique que sur le plan humain.

Toujours est-il que les questions de droit soulevées par cette affaire ont de quoi intriguer. Sans présumer en rien des résultats de l'instance, nous voici plongés au cœur d'un système de règles assez obscur pour les non-spécialistes, et dont il est nécessaire de manier les concepts avec un rien d'adresse pour ne pas tomber dans l'erreur... par omission ou par excès.

La déposabilité en France, en résumé...

Tout signe peut être déposé comme marque auprès de l'INPI, qui effectue en théorie un contrôle de validité (les règles du dépôt ont-elles été respectées ?) mais aucun contrôle préalable de disponibilité de cette marque lors de son enregistrement (service payant uniquement sur demande du client).

Pour être protégée, une marque ne doit pas avoir fait l'objet d'un dépôt antérieur pour les mêmes produits ou services pour un même territoire (art. L 711-2 du Code de la Propriété Intellectuelle, ou CPI)¹. Elle doit être distinctive (entendez arbitraire et non-descriptive du produit ou service qu'elle désigne – on ne pourra pas utiliser les mots *belle banane* pour déposer une marque de banane) et ne pas être générique (on ne déposera donc pas *fenêtre* pour une marque de double-vitrage, art. L 711-2 CPI) ou de nature à tromper le consommateur (ainsi *montres de Genève* serait trompeur pour des montres françaises, art. L 711-3 CPI). Enfin, quelques précisions d'usage : pas de message contraire aux bonnes mœurs ou de slogan raciste, pas de signe officiel protégé (un drapeau national...) ou d'appellation d'origine (art. L 711-4 CPI). Une marque ne remplissant pas ces conditions peut être

¹ Sauf cas particulier d'un nom de domaine sur Internet, susceptible d'antérioriser une marque s'il est déposé avant celle-ci et qu'il est exploité, c'est-à-dire s'il renvoie vers un site web actif (donc pas vers un message d'erreur).

annulée (art. L 714-3 al.1^{er} CPI) et son déposant se voir sanctionné, notamment pour contrefaçon (art. L 716-1 et suivant CPI).

Dans le cas d'un dépôt valide, la marque comme signe d'un produit ou service tel qu'indiqué ci-dessus est protégée contre toute utilisation commerciale par une autre personne que le titulaire sur le territoire français pendant dix ans, renouvelables *ad vitam aeternam* (au tarif officiel de l'INPI).

Première conclusion, qui ne manquera pas de sel pour les rôlistes que nous sommes : une lecture même très attentive du site de l'INPI (qui devrait pourtant faire office de « guide tout public » sur le sujet) ne permet pas de dresser une liste satisfaisante des règles applicables à ce domaine du droit. Livrées en ordre dispersé, voir étrangement trompeuses, on comprend vite que le recours à un expert (voir crédits en fin d'article) s'impose pour que cet empilement juridique prenne sens aux yeux d'un non-juriste...

L'INPI et le cas 10TorsionS

La SARL 10TorsionS a déposé la marque « Murder Party » le 31 juillet 2007 pour deux classes de produits et services liés aux jeux². Or en consultant la base de marques de l'INPI, on ne trouve pas moins de trois dépôts antérieurs sur les mêmes classes (28 et 41) pour le même territoire (la France) effectués par d'autres personnes. En outre, l'expression *murder party* est un terme générique notoire, même en langue française, utilisé depuis des décennies dans le domaine du jeu de rôle grandeur nature pour désigner un type de jeu d'enquête relatif au décès d'une personne fictive. Autant d'indices de l'invalidité (évidente ?) du dépôt.

Certains s'étaient inquiétés de la « privatisation » de l'expression *murder party*, on peut déjà les rassurer sur le fait que ce n'est pas de ça qu'il est question.

Une question de style

Au rang des nombreux rêves légitimes possibles, celui que le droit fasse Justice ne figure pas parmi les moindres... Or si un litige commercial opposant deux personnes juridiques ne suscite en général que peu d'émotions, le cas 10TorsionS semble faire école dans un registre que nul n'est contraint d'apprécier.

Une petite visite au site web de la société laisse un arrière-goût prononcé d'agressivité commerciale. Dès l'apparition de son logo (un panneau « mouton interdit ») le message est à peine masqué : « sortez du lot », « Vous n'êtes pas des moutons ! [...] ». Le leitmotiv est martelé de différentes manières, dont aucune n'incite au genre de recul attendu des organisateurs d'un jeu d'interprétation et de réflexion. Au contraire, tout est fait pour exciter le cœur de cible – qu'on imagine bien en Comité d'Entreprise de jeunes cadres un peu trop dynamiques. L'identification au loup (dont le mouton est la proie naturelle) aurait-elle atteint une intensité inappropriée à 10TorsionS ?

Toujours est-il que ce sont les valeurs de collaboration et de partage qui animent le milieu rôliste, comme la FFJDR le soutient et contribue jour après jour à l'animer. Et qu'aucune *murder party* ne devrait servir de catalyseur à l'agressivité de ceux qui y participent (ou l'organisent), *a fortiori* dans le cadre d'activités destinées au grand public.

Et le jeu de rôle dans tout ça ?

L'INPI recense un petit nombre de dépôts concernant les termes qui nous sont propres. Par exemple, l'expression *jeu de rôle* n'est pas déposée en tant que telle, et l'abréviation JDR est déposée à l'international par une entreprise turque dans une classe sans rapport avec le jeu, et pour l'Europe par une holding de câblage informatique... Il faudrait utiliser ou imiter cette marque (ou sa représentation graphique) et désigner des produits ou services similaires à ceux déposés par cette société pour risquer de perdre un procès en contrefaçon. De plus, il serait inutile de déposer la marque JDR pour désigner des produits ou services en rapport avec le jeu de rôle puisque cette marque serait... générique et descriptive ! On notera pour terminer l'existence d'un dépôt curieusement familier : le mot « Rôliste » a bien été protégé par Pierre Rosenthal le 27 octobre 1999. Ce collaborateur du regretté Casus Belli que nous saluons au passage a visé les classes 09,16, 28, 38 et 41 et nous ne manquons pas de remarquer que la date du renouvellement approche. Le terme est-il devenu générique ? A suivre...

² C'est la classification dite « de Nice » qui détermine les 45 classes (réparties entre 34 de produits et 11 de services) valables pour l'enregistrement des marques depuis 1957.

Assurément, cette petite virée au cœur de la propriété intellectuelle fut dépaysante... et instructive. En effet, c'est au détour d'un sombre « passage en T » du labyrinthique site de l'INPI que j'ai croisé le concept de marque collective (art. L 715-1 et 2 CPI). Une marque est dite *collective* lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement. Elle est dite *collective de certification* quand elle est appliquée au produit ou service qui présente notamment, quant à ses propriétés ou ses qualités, des caractères précis. Déposée uniquement par une personne morale qui n'est ni fabricant, ni importateur, ni vendeur des produits ou services, elle doit comprendre un règlement déterminant les conditions auxquelles est subordonné son usage, qui s'ouvre alors à toutes les personnes distinctes du titulaire qui fournissent des produits ou services répondant à ces conditions.

Une telle marque, déposée par la FFJDR sous contrôle préalable de l'INPI, permettrait la rédaction d'un document établissant la spécificité et la qualité des contenus des jeux de rôles (papier, mais potentiellement aussi en ligne ou grandeur nature !) donnant droit à son utilisation. Et elle assurerait une identité commerciale aux produits rôlistes relevant naturellement de sa sphère de compétence. Une protection possible contre l'utilisation abusive future du terme JdR par des intérêts économiques étroits, ou plus classiquement par des journalistes mal informés ? A vous, chez membres, de nous dire si vous souhaitez que votre Fédération active ce levier pour remplir sa mission.

Pour la FFJDR
Matthias GUYOT, avec Martin-Daniel
GLEIZE et Arnaud DIMEGLIO,
avocats à la cour.