

Une commune peut employer une marque utilisant une expression anglaise détournée en l'absence d'équivalent français

Cour administrative d'appel de Marseille, 11 mars 2019, n° 18MA02081 - *Commune du Grau-du-Roi c/ Association francophonie avenir*

Mots-clés : PROPRIÉTÉ PUBLIQUE * Patrimoine * Nom de la collectivité * Marque * Langue française
CULTURE * Patrimoine * Patrimoine immatériel * Nom de la collectivité

Solution : La marque, employée par une commune, qui fait référence à une expression anglaise mais qui a la nature d'un calembour et joue sur l'utilisation presque homophonique du nom de la commune, ne dispose pas d'équivalent en langue française. Elle ne méconnaît donc ni la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française ni l'article 2 de la Constitution.

« 2. L'article 2 de la Constitution du 4 octobre 1958 dispose que : "La langue de la République est le français". Il résulte de ces dispositions que l'usage du français s'impose aux personnes morales de droit public et aux personnes de droit privé dans l'exercice d'une mission de service public. Aux termes de l'article 1 de la loi du 4 août 1994 : "Langue de la République en vertu de la Constitution, la langue française est un élément fondamental de la personnalité et du patrimoine de la France. Elle est la langue de l'enseignement, du travail, des échanges et des services publics. [...] aux termes de son article 3 : "Toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et destinée à l'information du public doit être formulée en langue française [...]". Enfin, aux termes de l'article 14 de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française : "I. L'emploi d'une marque de fabrique, de commerce ou de service constituée d'une expression ou d'un terme étrangers est interdit aux personnes morales de droit public dès lors qu'il existe une expression ou un terme français de même sens approuvés dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française. Cette interdiction s'applique aux personnes morales de droit privé chargées d'une mission de service public, dans l'exécution de celle-ci". À ce titre, le décret n° 96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française prévoit ainsi les conditions

FONDEMENT : Constitution, art. 2 ; Loi n° 94-665 du 4 août 1994, art. 1^{er}, 2, 3 et 14 ; Décret n° 96-602 du 3 juillet 1996

dans lesquelles la commission d'enrichissement de la langue française adopte une liste de termes et expressions qui sont publiés au Journal officiel et sont obligatoirement utilisés à la place des termes et expressions équivalents en langue étrangère.

3. La marque "Let's Grau", qui a été enregistrée auprès de l'INPI le 2 mars 2016, est utilisée par les structures touristiques communales du Grau-du-Roi par l'intermédiaire de la société d'économie mixte "Le Grau-du-Roi Développement". Elle est également apposée sur les outils de communication événementielle de la commune en complément de son logo. Cette marque présente donc une dimension publicitaire. Mais elle est également un slogan qui fait référence à l'expression anglaise "let's go", qui a la nature d'un calembour, et qui joue sur l'utilisation presque homophonique du nom de la commune. En ce sens, il ne dispose pas d'équivalent en langue française. Il en résulte que la décision de refus qui a été opposée par la commune à la demande de l'association ne méconnaît pas les dispositions précitées de l'article 14 de la loi n° 94-665 du 4 août 1994, ni d'ailleurs l'article 2 de la Constitution [...].»

Observations : L'arrêt rendu par la cour administrative d'appel de Marseille le 11 mars 2019 est une des rares décisions portant sur les marques territoriales constituées de termes anglais (v., pour des précédents, TA Grenoble, 30 juin 2015, n° 1302593 ;

TA Paris, 21 sept. 2017, n° 1609169). La promotion des territoires à l'international a rendu cette pratique courante («So14», «Sarthe Me up», «Visit Metz», «Only Lyon», ...). Elle soulève cependant une question de légalité plus délicate qu'il n'y paraît, comme le montrent les appréciations diamétralement opposées auxquelles se sont livrés les juges d'appel et de première instance dans cette affaire.

Une association ayant pour objet de «promouvoir, d'illustrer et de défendre la langue française» contestait le refus du maire de la commune de Grau-du-Roi de supprimer la marque «Let's Grau» associant un verbe de langue anglaise au patronyme de la commune. Selon la requérante, cette marque était contraire à l'article 2 de la Constitution et aux dispositions de la loi n° 94-665 du 4 août 1994, dite «loi Toubon».

En première instance, le tribunal administratif de Nîmes a fait droit à sa demande en jugeant qu'il existait d'autres termes français de même sens que l'expression «Let's go» détournée en «Let's Grau» dont une signification aurait pu être «Allons au Grau» (TA Nîmes, 16 mars 2018, n° 1601521, *Assoc. Francophonie Avenir*).

Ce jugement semblait reposer sur des bases juridiques aussi anciennes que solides. Depuis le traité de Verdun (843), l'ordonnance royale de Villers-Cotterêts (10 et 15 août 1539) et la loi constitutionnelle n° 92-554 du 25 juin 1992 modifiant l'article 2 de la Constitution, le français est assurément la langue des institutions. La loi n° 94-665 du 4 août 1994 l'a reconnu comme un élément fondamental de la personnalité et du patrimoine de la France. L'article 1^{er} de cette loi l'impose comme la langue des services publics, l'article 2 rend son emploi obligatoire dans la publicité et l'article 14 I interdit aux personnes morales de droit public l'emploi d'une marque «constituée d'une expression ou d'un terme étrangers» (sur la constitutionnalité de ces dispositions, Cons. const. 29 juill. 1994, n° 94-345 DC, AJDA 1994. 731, note P. Wachsmann ; D. 1995. 295, obs. E. Oliva ; *ibid.* 303, obs. A. Roux).

La cour administrative d'appel n'a pourtant pas suivi le raisonnement des premiers juges. Après avoir sur-sis rapidement à l'exécution du jugement (CAA Marseille, 9 juill. 2018, n° 18MA02080), elle l'a annulé en toutes ses dispositions et a rejeté les conclusions de la requérante. Là où les premiers juges appliquaient l'article 2 de la loi du 4 août 1994 imposant l'usage du français dans la publicité et interdisant, de ce fait, l'emploi d'une marque constituée d'une expression anglaise, les juges d'appel ont recherché si l'expression «Let's Grau», prise dans son ensemble, disposait d'un équivalent parfait en français.

Tout en reconnaissant que «Let's Grau» constitue une marque dotée d'une dimension publicitaire, la cour a estimé que cette expression «est également un slogan qui fait référence à l'expression anglaise "let's go", qui a la nature d'un calembour,

et qui joue sur l'utilisation presque homophonique du nom de la commune». Elle en a déduit que cette utilisation détournée d'une expression anglaise «ne dispose pas d'équivalent en langue française» et qu'elle n'est donc pas soumise à l'interdiction des marques en langue étrangère prévue par l'article 14 I de la loi du 4 août 1994.

L'arrêt invite à analyser précisément les termes de l'article 14 I de la loi Toubon. Selon cette disposition, l'emploi d'une marque constituée d'une expression ou d'un terme étrangers est interdit aux personnes morales de droit public «dès lors qu'il existe une expression ou un terme français de même sens approuvés dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française». Le texte paraît ainsi ériger en condition de l'interdiction d'une marque en langue étrangère le fait qu'il existe un terme équivalent en français approuvé en application du décret n° 96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française. Ce décret prévoit en effet la publication, après avis de l'Académie française, de listes de termes à utiliser à la place des expressions en langues étrangères. C'est à ce titre par exemple que devrait s'imposer l'emploi de l'expression «portail de messagerie» pour «*webmail*» ou, en finance, «contrat d'échange» pour «*swap*» (Rapport annuel 2017 de la commission d'enrichissement de la langue française).

Dans les motifs de son arrêt du 11 mars 2019, la cour n'explique pas si elle a recherché, pour «Let's Grau», une expression française de même sens approuvée dans les conditions du décret n° 96-602 du 3 juillet 1996. Elle a néanmoins pris soin, dans ses visas et dans son considérant n° 2, de faire référence à ce décret, ce que les premiers juges n'avaient pas fait.

Faut-il comprendre que toute marque d'expression anglaise serait utilisable par une collectivité publique dès lors que les listes officielles établies par la commission d'enrichissement de la langue française ne lui ont pas trouvé d'équivalent ? Une telle interprétation priverait l'interdiction de toute portée utile puisque ces listes regroupent des termes scientifiques et techniques qui ne constituent pas un dictionnaire de langue générale. Il ne s'y trouve jamais d'expressions courantes comme «*let's go*» ou «*let's*».

En réalité, sans trancher l'ambivalence rédactionnelle de l'article 14 I de la loi Toubon, la cour administrative d'appel de Marseille a fait preuve de pragmatisme en refusant d'analyser «Let's Grau» comme une réelle expression anglaise qui porterait atteinte à la préservation de la langue française.

À un refus strict de tout anglicisme, la cour a privilégié une stratégie de marketing territorial, pardon, de mercatique territoriale.

François Benech

Rappel pratique

Le choix d'une marque destinée à la promotion d'un territoire doit respecter les dispositions de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 imposant l'utilisation de la langue française. En principe, la marque, déposée par une collectivité, ne peut pas être constituée de termes étrangers. Ainsi, l'utilisation d'un mot anglais, isolé, aisément traduisible en français, tel «*sea*» ou «*valley*», est à proscrire. En l'état actuel de la jurisprudence qui n'est pas stabilisée, il est cependant admis de détourner un mot de langue étrangère en le combinant au patronyme de la collectivité, de sorte qu'une traduction française lui ferait perdre son intérêt en tant que signe distinctif.