



Peut-on utiliser librement l'image des JO pour une publicité ?

Fiche pratique publié le 01/09/2024, vu 188 fois, Auteur : [Raphaël Molina](#)

Il est tentant de promouvoir des produits ou services en s'appuyant sur l'image des Jeux Olympiques. Cependant, la propriété intellectuelle appartient exclusivement au Comité International Olympique.

CE QUI EST INTERDIT SOUS PEINE DE CONTREFAÇON.

Les Jeux ne font pas partie du domaine public.

Par exemple, les éléments suivants ne peuvent pas être réutilisés :

- Les célèbres anneaux olympiques
- La flamme olympique
- La signature "Paris 2024"
- Les mascottes et médailles
- Le terme même de "Jeux Olympiques"

Le Comité International Olympique (CIO) prend très au sérieux la protection de ses marques et symboles. Cela comprend non seulement les anneaux olympiques et la flamme, mais également tout terme ou slogan pouvant être associé aux Jeux Olympiques. Cette rigueur est essentielle pour préserver l'intégrité et la valeur des Jeux, tant pour les sponsors officiels que pour les athlètes participants.

Par exemple, l'utilisation de termes tels que " olympique " ou " olympien " dans un contexte commercial non autorisé peut induire le public en erreur et faire croire à un lien ou à un soutien officiel des Jeux. Ceci est particulièrement problématique pour les sponsors officiels qui investissent des sommes considérables pour être associés aux Jeux Olympiques. Ces investissements sont en grande partie destinés à obtenir une visibilité exclusive et à capitaliser sur les valeurs positives véhiculées par l'événement.

LA POSITION DU CIO

Le CIO a renforcé ses mesures de protection en rejoignant l'UNIFAB (Union des Fabricants pour la protection internationale de la propriété intellectuelle). Cette organisation regroupe de nombreuses entreprises et institutions soucieuses de protéger leurs marques et créations contre la contrefaçon. L'adhésion à l'UNIFAB permet au CIO de bénéficier de ressources supplémentaires, de partager des informations et des stratégies avec d'autres membres, et d'être plus efficace dans ses actions de protection et de répression de la contrefaçon.

Le CIO mène régulièrement des campagnes de sensibilisation pour informer les entreprises et le public des règles concernant l'utilisation de ses marques et symboles. Ces campagnes visent à prévenir les infractions et à encourager un respect généralisé des droits de propriété intellectuelle.

Enfin, il est important de noter que la protection des marques olympiques ne se limite pas aux grandes entreprises. Même les petites entreprises et les entrepreneurs individuels doivent être conscients de ces règles et veiller à ne pas utiliser les termes ou symboles protégés sans autorisation. Le non-respect de ces règles peut entraîner des conséquences juridiques importantes, indépendamment de la taille ou de la notoriété de l'entreprise impliquée.