

## TABLE DES MATIÈRES

Préface .....	7
Liste des abréviations .....	11
Sommaire .....	15

### PREMIÈRE PARTIE LA QUALIFICATION DU FAIT DE CONTREFAÇON DU COCONTRACTANT

#### Titre I

#### Les difficultés de qualification du manquement contractuel et du fait de contrefaçon dans la franchise

<b>Chapitre I : Les difficultés propres aux obligations postcontractuelles des franchisés</b> .....	45
<b>Section I</b> : L'obligation de cesser l'utilisation de la marque .....	48
I. L'existence de l'obligation de cesser l'utilisation de la marque .....	49
A. La notion d'obligation de cesser l'utilisation de la marque .....	49
B. L'apparition de l'obligation de cesser l'utilisation de la marque .....	50
II. Le manquement à l'obligation de cesser l'utilisation de la marque .....	52
A. Le manquement à l'obligation de cesser l'utilisation de la marque en cas de fin programmée du contrat .....	52
B. Le manquement à l'obligation de cesser l'utilisation de la marque en cas de fin inopinée du contrat .....	55
<b>Section II</b> : Les autres obligations postcontractuelles issues de clauses particulières .....	57
I. La clause d'écoulement du stock de produits marqués .....	57
II. La clause d'interdiction d'utilisation de la marque .....	60
Conclusion du Chapitre I .....	63
<b>Chapitre II : La clarification des conditions de qualification du fait de contrefaçon</b> .....	65
<b>Section I</b> : L'existence d'une marque opposable au franchisé .....	66
I. La limitation de la marque à sa spécialité .....	67
A. Le rappel indispensable du principe de spécialité des marques des franchises .....	67
B. Les cas particuliers des marques renommées et des marques notoires .....	69
II. L'absence d'utilisation légitime de la marque par le franchisé défaillant .....	72
A. L'utilisation légitime par le franchisé en cas d'épuisement des droits sur la marque .....	72

1.	La mise en circulation des produits marqués par le franchiseur ou avec son consentement .....	73
2.	La mise en circulation des produits marqués dans le seul Espace économique européen .....	76
B.	L'utilisation légitime par l'ancien franchisé en cas de référence nécessaire .....	79
<b>Section II :</b>	La condition d'atteinte à l'une des fonctions de la marque .....	83
I.	La redéfinition de la fonction d'identité d'origine de la marque .....	85
A.	L'atteinte traditionnelle à la fonction essentielle de la marque .....	86
1.	La notion de fonction essentielle .....	86
2.	La qualification d'un fait de contrefaçon en cas d'atteinte à la fonction essentielle de la marque .....	89
B.	L'atteinte spécifique à la fonction de garantie de qualité contrôlée .....	90
II.	La nouvelle fonction promotionnelle de la marque .....	94
A.	La détermination de la fonction promotionnelle de la marque .....	94
1.	L'affirmation de la fonction promotionnelle de la marque .....	94
2.	La restriction critiquable de la fonction promotionnelle de la marque à la gêne substantielle .....	98
B.	Le fait de contrefaçon pour atteinte à la fonction promotionnelle de la marque .....	100
	Conclusion du Chapitre II .....	103
	<b>Conclusion du Titre I</b> .....	105

## Titre II

### Le cumul du caractère contrefaisant et contractuel

<b>Chapitre I :</b>	<b>La recherche du cumul du caractère contrefaisant et contractuel dans la franchise</b> .....	109
<b>Section I :</b>	Le droit d'utilisation de la marque pour le franchisé .....	113
I.	La distinction du droit d'apposition et du droit d'usage dans le droit d'utilisation de la marque .....	113
A.	Le droit d'apposition de la marque en lien avec un produit ou un service .....	113
B.	Le droit d'usage de la marque des produits distribués .....	116
II.	Les obligations contractuelles relatives au droit d'utilisation de la marque .....	121
A.	Les difficultés tenant à la nature des produits et services contractuels .....	122
1.	Le non-respect de la nature des produits et services .....	122
2.	Le non-respect de la nature du droit .....	126
B.	Les difficultés tenant au territoire contractuel .....	129
1.	L'extension nécessaire du droit apposition d'une marque sur un territoire non contractuel .....	130
2.	L'exclusion logique du droit d'usage d'une marque sur un territoire non contractuel .....	133

<b>Section II : Le respect de la qualité des produits et services du réseau .....</b>	<b>136</b>
I. Le fait de contrefaçon pour non-respect de la qualité des seuls produits fabriqués et services fournis .....	138
A. La qualité des produits fabriqués par le franchisé .....	138
B. La qualité des services fournis par le franchisé .....	140
II. Le rejet textuel du fait de contrefaçon pour non-respect de la qualité des produits distribués .....	142
A. L'affirmation du fait de contrefaçon pour modification des produits distribués .....	143
B. L'extension du fait de contrefaçon à la violation des modalités de distribution des produits de prestige .....	146
1. La violation des modalités de distribution des produits de prestige .....	146
2. La qualification du fait de contrefaçon .....	149
a. Le motif légitime à l'échec de l'épuisement des droits .....	149
b. L'atteinte à l'une des fonctions de la marque .....	150
Conclusion du Chapitre I .....	153
<b>Chapitre II : La règle de cumul du caractère contrefaisant et contractuel .....</b>	<b>155</b>
<b>Section I : L'affirmation de la règle de cumul en cas de violation du contrat de franchise .....</b>	<b>155</b>
I. Un fait matériel cumulant des faits juridiques distincts .....	157
A. La distinction du fait matériel et des faits juridiques .....	157
B. Le fait matériel et les faits juridiques de contrefaçon et de responsabilité contractuelle .....	160
1. La nécessité d'un seul fait matériel .....	160
2. La dualité des faits juridiques .....	161
II. Une obligation contractuelle conditionnant l'utilisation de la marque ..	163
A. L'existence d'une obligation contractuelle conditionnant l'utilisation de la marque .....	163
B. Classement des obligations contractuelles conditionnant l'utilisation de la marque .....	166
1. Les obligations contractuelles ne conditionnant pas l'utilisation de la marque .....	166
a. Les obligations sans lien avec la marque .....	167
b. Les obligations sans lien avec l'utilisation de la marque .....	167
2. Les obligations contractuelles conditionnant l'utilisation de la marque .....	168
<b>Section II : L'applicabilité de la règle de cumul du caractère contrefaisant et contractuel au-delà du contrat de franchise .....</b>	<b>171</b>
I. Le caractère contrefaisant des droits de propriété intellectuelle .....	171
A. Le caractère contrefaisant des droits naturels .....	171
B. Le caractère contrefaisant des droits utilitaires .....	173
1. Le caractère contrefaisant des droits utilitaires créatifs .....	173
2. Le caractère contrefaisant des droits utilitaires distinctifs .....	176
C. Le caractère contrefaisant des droits sur l'investissement .....	180

II. Le caractère contractuel de la contrefaçon des droits de propriété intellectuelle.....	182
A. Le caractère contractuel de la contrefaçon dans les contrats autorisant l'utilisation d'un droit de propriété intellectuelle .....	184
1. L'autorisation d'utiliser un droit de propriété intellectuelle .	185
2. Le contenu des obligations contractuelles des contrats de mise à disposition d'un droit de propriété intellectuelle ..	189
a. Les licences volontaires.....	191
b. Les licences imposées .....	194
B. Le caractère contractuel de la contrefaçon dans les contrats prohibant l'utilisation du droit de propriété intellectuelle .....	197
1. Les contrats de transfert de droit de propriété intellectuelle .	198
2. Les contrats organisant la gestion des droits de propriété intellectuelle.....	200
3. Les contrats déterminants la titularité des droits de propriété intellectuelle.....	201
4. Les contrats de nantissement ou de dépôt de droits de propriété intellectuelle.....	203
Conclusion du Chapitre II.....	207
<b>Conclusion du Titre II.....</b>	<b>209</b>
<b>Conclusion de la première partie .....</b>	<b>211</b>

## SECONDE PARTIE LES EFFETS DE LA CONTREFAÇON DU COCONTRACTANT

### Titre I

#### Le concours des effets de la contrefaçon du franchisé

<b>Chapitre I : Le champ du concours .....</b>	<b>219</b>
<b>Section I : La disparité dans les règles procédurales des actions en contrefaçon et en responsabilité contractuelle .....</b>	<b>220</b>
I. Les règles procédurales entourant les actions en contrefaçon et en responsabilité contractuelle .....	220
A. Les conditions d'ouverture des actions en contrefaçon et en responsabilité contractuelle .....	220
1. Les conditions d'intérêt et de qualité à agir .....	221
2. Les conditions tenant au délai d'action.....	224
B. Les juridictions compétentes pour connaître des actions en contrefaçon et en responsabilité contractuelle .....	227
1. La compétence territoriale .....	227
2. La compétence d'attribution .....	228
3. l'arbitrage.....	231
II. Les règles de droit applicables aux actions en contrefaçon et en responsabilité contractuelle .....	232
A. La loi applicable aux actions en contrefaçon et en responsabilité contractuelle .....	233

1.	La loi applicable aux obligations contractuelles .....	233
2.	La loi applicable aux obligations non contractuelles .....	235
B.	Les règles de preuve déterminant le fait de contrefaçon et le manquement contractuel.....	236
1.	L'objet de la preuve .....	236
2.	Le mode de preuve.....	239
<b>Section II :</b>	<b>La disparité dans les sanctions du fait de contrefaçon et du manquement contractuel du franchisé .....</b>	<b>242</b>
I.	Le principe unique des mesures restitutives .....	243
A.	Les mesures restitutives provisoires.....	244
B.	Les mesures restitutives définitives.....	246
1.	L'injonction de cesser.....	246
2.	Les mesures restitutives matérielles.....	248
II.	Le calcul différent des mesures réparatrices .....	251
A.	Les mesures réparatrices du fait de contrefaçon.....	252
B.	Les mesures réparatrices du manquement contractuel .....	259
III.	La justification différente des mesures répressives.....	262
A.	Les mesures répressives du fait de contrefaçon.....	263
1.	La peine principale du délit pénal de la contrefaçon.....	266
2.	Les peines complémentaires du délit pénal de contrefaçon. .	269
B.	La mesure répressive éventuelle du manquement contractuel : le délit d'abus de confiance .....	270
	Conclusion du Chapitre I.....	273
<b>Chapitre II :</b>	<b>La résolution du concours .....</b>	<b>275</b>
<b>Section I :</b>	<b>L'option actuelle dans les effets du fait de contrefaçon du franchisé .....</b>	<b>276</b>
I.	L'option laissée au franchiseur quant aux effets de la contrefaçon du franchisé .....	276
A.	L'existence d'une option pour le franchiseur .....	276
B.	La justification d'une option pour le franchiseur .....	280
II.	Les conséquences procédurales de l'option du franchiseur .....	283
A.	Pour le juge .....	283
B.	Pour les parties au contrat .....	289
C.	Pour les tiers au contrat .....	293
<b>Section II :</b>	<b>Les difficultés engendrées par l'option au regard des principes de non-cumul des responsabilités.....</b>	<b>296</b>
I.	Dichotomie des principes de non-cumul des responsabilités.....	296
A.	Le principe de non-cumul des réparations.....	297
B.	Le principe de non-immixtion du régime de la responsabilité délictuelle .....	299
1.	L'application du principe de non-immixtion .....	300
2.	Les exceptions au principe de non-immixtion .....	304
II.	Le règlement du concours par les principes de non-cumul des responsabilités restreints au versant réparatoire des actions.....	306
A.	Le règlement du concours dans le versant réparatoire des actions .....	306

1.	L'applicabilité du principe de non-immixtion à la contrefaçon du cocontractant .....	306
2.	La restriction des principes au versant réparatoire.....	308
B.	Le règlement du concours dans les autres versants des actions.....	311
	Conclusion du Chapitre II.....	315
	<b>Conclusion du Titre I</b> .....	317

## Titre II

### La détermination des effets de la contrefaçon du cocontractant

	<b>Chapitre I : Les effets de la contrefaçon du franchisé</b> .....	321
	<b>Section I</b> : La reconnaissance d'une action en contrefaçon contractuelle à l'encontre du franchisé.....	322
I.	Le régime légal de l'action en contrefaçon contractuelle .....	322
A.	L'action civile en contrefaçon contractuelle .....	323
B.	L'action pénale en contrefaçon contractuelle.....	325
II.	Le régime conventionnel de l'action en contrefaçon contractuelle.....	328
A.	L'ordre public dans les dispositions procédurales de l'action en contrefaçon contractuelle .....	328
1.	L'ordre public de direction dans les dispositions procédurales de l'action en contrefaçon contractuelle .....	329
2.	L'ordre public de protection dans les dispositions procédurales de l'action en contrefaçon contractuelle .....	333
B.	Les règles de l'action en contrefaçon contractuelle à la disposition des parties.....	334
	<b>Section II</b> : Les sanctions du fait de contrefaçon du franchisé .....	339
I.	La cessation du fait de contrefaçon du franchisé .....	339
A.	La cessation provisoire du fait de contrefaçon du franchisé.....	339
B.	La cessation définitive du fait de contrefaçon du franchisé .....	341
1.	La résiliation du contrat de franchise .....	342
2.	La publication de la décision de justice .....	343
II.	Les réparations du fait de contrefaçon du franchisé .....	344
A.	La réparation du préjudice né du fait de contrefaçon du franchisé .....	344
B.	La réparation du préjudice né de la résiliation du contrat .....	346
III.	La répression du fait de contrefaçon du franchisé .....	348
A.	Le délit pénal de contrefaçon du cocontractant .....	348
B.	Les autres délits pénaux en concurrence .....	349
	Conclusion du Chapitre I.....	353
	<b>Chapitre II : L'ossature des effets de la contrefaçon du cocontractant</b> .....	355
	<b>Section I</b> : Les obstacles à l'unité des effets de la contrefaçon du cocontractant .....	357
I.	Les obstacles insurmontables à l'unité des effets de la contrefaçon du cocontractant.....	357
A.	Les obstacles insurmontables liés à certains contrats .....	357
1.	Le contrat de travail .....	358
2.	Les actes juridiques de droit public .....	360

---

3. Les contrats avec un consommateur ou un non-professionnel.....	362
B. Les obstacles insurmontables liés aux régimes des propriétés intellectuelles .....	363
1. Les obstacles liés aux compétences d'attribution .....	364
2. Les obstacles liés aux lois applicables et aux compétences territoriales.....	367
II. Les obstacles surmontables à l'unité des effets de la contrefaçon du cocontractant.....	369
A. Les obstacles surmontables liés à l'action en contrefaçon contractuelle .....	369
B. Les obstacles surmontables liés aux délits civil et pénal de la contrefaçon du cocontractant .....	373
1. Les obstacles surmontables liés au délit civil de la contrefaçon du cocontractant .....	373
2. Les obstacles surmontables liés au délit pénal de la contrefaçon du cocontractant .....	377
<b>Section II</b> : Le contrat et l'objet du contrat, facteurs d'unité des effets de la contrefaçon du cocontractant .....	382
I. Le caractère ubiquiste du bien intellectuel objet du contrat, facteur d'unité des effets de la contrefaçon du cocontractant .....	383
A. Les effets liés à l'ubiquité du bien intellectuel objet du contrat .....	384
1. Les mesures probatoires liées à l'ubiquité du bien intellectuel.....	384
2. Les mesures provisoires et définitives liées à l'ubiquité du bien intellectuel.....	386
B. Le caractère d'ordre public des effets liés à l'ubiquité du bien intellectuel .....	387
II. Le contrat, facteur d'unité des effets de la contrefaçon du cocontractant.....	388
A. La responsabilité contractuelle du contrefacteur .....	389
B. La violation du rapport de confiance.....	391
Conclusion du Chapitre II.....	397
<b>Conclusion du Titre II</b> .....	399
<b>Conclusion de la seconde partie</b> .....	401
<b>Conclusion générale</b> .....	403
<b>Propositions de modification du Code de la propriété intellectuelle</b> .....	407
<b>Bibliographie</b> .....	411
<b>Index alphabétique</b> .....	449
<b>Table des matières</b> .....	461