

**CLIO VIGNERON**

**Sujet de thèse : Le nom de la Collectivité Territoriale**

Directeur de thèse : Jacques LARRIEU

Université Toulouse I Capitole, Centre de droit des affaires (CDA)

1<sup>ère</sup> inscription en thèse : 1<sup>er</sup> Octobre 2014

## **PRESENTATION**

Actuellement étudiante en 3<sup>ème</sup> année de thèse sous la direction du professeur Jacques Larrieu à l'Université Toulouse I Capitole, ma thèse porte sur la patrimonialisation des actifs immatériels des collectivités territoriales.

Ma recherche se propose d'analyser la création, la protection et la valorisation du patrimoine immatériel des collectivités françaises et étrangères (ville, région, département, Etat,...) sous l'angle de la propriété intellectuelle. Certes, les biens des collectivités sont en principe soumis à un régime de droit public, mais il apparaît que c'est dans la propriété intellectuelle, outil privilégié de la vie des affaires, que l'on trouve les solutions les plus pertinentes pour l'organisation et la gestion des biens immatériels des collectivités publiques.

### **Axe spécifique : le nom**

Comme chacun sait, le nom est un élément indispensable pour citer un lieu, le situer, parler de ce territoire, y associer une réputation. Comme le dit André Pégurier, ingénieur de l'Institut Géographique National dans un rapport de 2006 : « *la consultation d'un cadastre, d'une carte, d'un guide touristique ou plus simplement d'un panneau indicateur (sur une route) place l'utilisateur en présence de nombreux noms de lieux dont la signification lui échappe [...]* ».

Ce que l'on appelle un toponyme n'a pourtant pas été choisi au hasard. Si son but premier est d'identifier très précisément une zone géographique, il peut aussi servir à diffuser l'identité locale du territoire nommé ou s'incarner dans un signe appropriable, comme la

marque. Le toponyme a donc 2 fonctions originelles, à savoir désigner un lieu et en décrire l'aspect/la nature. Mais Pégurier précise que le toponyme perd son intérêt s'il n'est plus qu'un simple nom propre, sans signification particulière. Le nom de lieu sert donc plusieurs objectifs. Si aujourd'hui même le plus petit lieu-dit possède un nom, souvent pérennisé par l'invention du GPS, le nom intéresse tout particulièrement les émanations de l'Etat, que sont les collectivités territoriales. Chaque région, chaque commune, chaque département possède un nom qui emporte avec lui son lot d'Histoire (petites ou grandes), de tradition, d'identité, de savoir-faire. De fait, le nom porte l'image de la collectivité et constitue, comme pour les individus humains, la base de l'état civil local.

Les modalités d'élection du nom ont beaucoup changé avec le temps. Ce choix identitaire est aujourd'hui très encadré. Le nom des communes est choisi par décret en Conseil d'État, sur demande du conseil municipal, après consultation du conseil général selon l'article L. 2111-1 du Code général des collectivités territoriales. Celui des départements est décidé par décret en Conseil d'État sur demande du conseil général, selon l'article L. 3111-1 du Code général des collectivités territoriales. Enfin, le nom des régions est modifié par la loi après consultation du conseil régional et des conseils généraux intéressés (CGCT, art. L. 4121-1, rédaction L. n° 72-619, 5 juill. 1972, art. 2, al. 1er et 2). On voit donc que le nom est devenu un élément du statut administratif des collectivités, au même titre que la répartition de leurs compétences.

Cependant, les collectivités locales n'agissent plus aujourd'hui comme de simples éléments décentralisés de l'Etat. Avec la baisse des subventions, elles agissent dorénavant davantage comme des entreprises, pour obtenir des capitaux. Leur nom devient alors un élément crucial pour entrer et se maintenir sur le marché, par la notoriété qui y est attachée. Celles dont le nom n'est pas connu, ou trop peu, tentent de plus en plus de mettre en avant leurs atouts à travers des marques, des produits dérivés, des sites internet.

Parfois, leur but est de faire la « promotion d'elle-même », c'est-à-dire de mettre en valeur leur personnalité, le patrimoine qui constitue matériellement la personne publique locale. Le nom est alors l'outil de communication clé de ce « personal branding » local. On peut d'ailleurs observer ce phénomène à travers le choix de nouveaux noms des régions après la réorganisation territoriale issue de la loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République, promulguée le 7 Août 2015).

Pour atteindre ces buts, il faut manager son nom et s'en servir comme d'une valeur, un actif immatériel patrimonialisable, c'est-à-dire appropriable et valorisable.

Cela peut attiser les convoitises d'opérateurs économiques peu scrupuleux qui voudraient bénéficier de la qualité et de l'image qui émane de ces dénominations envers le public. Bien qu'un régime de protection existe déjà, qui condamne l'atteinte à l'image, au nom et à la renommée de la Collectivité Territoriale vis-à-vis d'une marque (article L.711-4 h du CPI<sup>1</sup>), plusieurs cas démontrent que le droit français n'est pas suffisamment protecteur de ces attributs, en particulier l'affaire Laguiole. Les Collectivités Territoriales sont ainsi particulièrement attentives à la protection de leur nom et « signes distinctifs essentiels »<sup>2</sup> contre les utilisations illégitimes qui pourraient induire les consommateurs, c'est-à-dire leurs administrés, en erreur quant à la provenance, la qualité ou même le caractère officiel des produits commercialisés.

Cependant, la collectivité publique peut aussi profiter de l'usage que font des tiers de son nom. Les personnes privées peuvent donc servir les intérêts des localités en utilisant leurs noms, à condition que cet emploi soit contrôlé. En outre, le nom sert au rayonnement touristique des communes et régions s'il est correctement valorisé par la Collectivités Publiques<sup>3</sup>. Que dire également de l'importance de ces attributs pour l'identification des missions qui incombent à ces collectivités !

Comme le dit la proposition de loi visant à mieux protéger les indications géographiques et les noms des collectivités territoriales en date du 24 Octobre 2012, « *les collectivités territoriales, personnes morales de droit public, ont besoin d'identifier leurs institutions et les services qu'elles offrent à leurs administrés. Leur dénomination est le moyen principal d'y parvenir et constitue en cela un signe distinctif essentiel pour la commune. Au regard des missions de service public qui lui sont confiées, une collectivité territoriale doit pouvoir jouir, sinon d'une exclusivité, du moins d'une totale disponibilité de son nom, en étant protégée contre les actes parasitaires ou à visée exclusivement commerciale [...]* »<sup>4</sup>. Ces propos soulignent l'aspect crucial que revêt la protection de leur

---

<sup>1</sup> « Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment (...) au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale ».

<sup>2</sup> Expression utilisée par le TGI Nanterre, ord. réf., 30 janv. 2007, Cne de Levallois-Perret c/ Loic L.

<sup>3</sup> E. Hoffman, L. Bouchard et J. Capiiaux, Protection du nom de la collectivité territoriale : enjeux publics et privés : Gaz. Pal. 10 déc. 2011, doct. p. 11. - C. Buhl, Droit des noms géographiques : Litec, 1998, p. 54.

<sup>4</sup> Proposition de loi N° 329 visant à mieux protéger les indications géographiques et les noms des Collectivités Territoriales, enregistrée à la Présidence de l'Assemblée Nationale le 24 Octobre 2012, consultable sur <http://www.assemblee-nationale.fr/14/propositions/pion0329.asp>

dénomination pour les Collectivités, notamment pour l'accomplissement de leur mission de service public.

Il est donc absolument nécessaire que le nom des personnes publiques locales soit protégé. La propriété intellectuelle, par les outils et les évolutions récentes qu'elle a connus (loi Hamon en 2014 créant des Indications Géographiques pour les produits industriels et manufacturés ainsi qu'un droit d'opposition et d'alerte au profit des collectivités) est l'outil le plus adéquat pour mener à bien cette mission, presque impossible tant que le nom sera considéré comme non-appropriable. Elle offre en effet différents outils de protection et de valorisation qui, seuls ou combinés, peuvent permettre aux localités de jouir de leur nom sans entraves.

Des marques au droit d'auteur, en passant par les dénominations géographiques, les labels, les brevets et le numérique, un panel de solutions s'ouvrent devant les collectivités pour que leur nom leur appartienne enfin, au moins dans la sphère des affaires ou dans la conduite de leur mission de service public. Toutefois, si ces instruments juridiques sont intéressants, leur régime présente parfois des lacunes ou nécessite des évolutions afin de s'adapter au mieux à l'aspect particulier de ces personnes « publiques » locales.

- **Questions :**

- Pensez-vous que la protection du nom par le droit d'auteur, admise seulement dans un arrêt Val Thorens, pourrait devenir un moyen de protection efficace pour l'ensemble des collectivités locales ?
- La marque collective peut-elle suffire, du fait de son régime particulier, à protéger le nom des collectivités ou faut-il continuer dans le sens de la loi Hamon en créant des règles spécifiques, voire exorbitantes du droit commun au profit des personnes publiques ?
- Le nom est-il vraiment un patrimoine, un bien commun de l'humanité ou un bien privé, voire un bien fonctionnel ?