

Colloque

# PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET SPORT



**Vendredi**  
**5 décembre**  
**2025**

**Musée**  
**de Grenoble**  
**9h-17h30**

CONTACT : [crj@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:crj@univ-grenoble-alpes.fr)  
<https://crj.univ-grenoble-alpes.fr>

**INSCRIPTION**  
**OBLIGATOIRE**



## Propriété intellectuelle et sport

### *Le rôle de la propriété intellectuelle dans la marchandisation du sport*

Les relations entre l'économie et le sport sont désormais bien établies. Qu'il soit professionnel ou amateur, le sport est devenu un secteur économique majeur, représentant environ 2,6 % du PIB français et près de 2 % du PIB mondial. Ce secteur affiche des prévisions de croissance de près de 7 % d'ici 2030. Depuis longtemps, le domaine du sport entretient des liens étroits avec les mécanismes de la propriété intellectuelle. S'il a déjà permis de mesurer l'efficacité du régime de protection du droit de la propriété intellectuelle face à certains agissements qui se rencontrent peu dans d'autres industries<sup>1</sup>, il soulève aujourd'hui encore des questions inédites. Que l'on observe les foils qui équipent les Ultims de la « Route du Rhum » ou les Imocas du « Vendée Globe », ou que l'on pense à l'arbitrage électronique utilisé dans tous les tournois de tennis ATP, il est indéniable que la technologie occupe aujourd'hui une place prépondérante dans le sport. L'utilisation et l'importance des marques de fabrique et du sponsoring ont également considérablement augmenté. Faut-il encore souligner la tendance au naming des infrastructures et des événements sportifs ?

Dans ce contexte, on observe une véritable marchandisation du sport. La propriété intellectuelle, initialement conçue pour protéger les investissements, est maintenant employée pour financer directement l'industrie sportive. Elle suscite également un intérêt accru chez les investisseurs. Par conséquent, la portée et le domaine des droits de propriété intellectuelle évoluent. On peut alors se demander quel est le rôle de la propriété intellectuelle dans la marchandisation du sport.

La première partie du colloque démontrera que la propriété intellectuelle est devenue un levier économique, permettant à l'industrie du sport de commercialiser ses activités. Ainsi, les événements sportifs, certaines infrastructures et même quelques athlètes deviennent des outils de marketing pour de grandes entreprises. Les sportifs gèrent leur image comme un bien, préparant la suite de leur carrière et en tirent profit. Le naming des événements et des infrastructures ou la négociation des contrats d'équipementier sont devenus, en eux-mêmes, des objets de communication. Les droits de diffusion sont essentiels au modèle économique du sport, que ce soit au niveau professionnel ou amateur. La récente actualité de la Ligue 1 de football l'a dernièrement illustré.

Néanmoins, le phénomène de marchandisation, qui s'exprime notamment par un usage accru et parfois plus original des droits de propriété intellectuelle, pourrait soulever de nouvelles interrogations, comme celle de la protection des photos sportives « prises sur le vif », selon l'expression jurisprudentielle, ou celle du statut d'artiste interprète de certains sportifs. La seconde partie du colloque sera consacrée à démontrer que la marchandisation du sport est également un sujet d'étude en propriété intellectuelle.

Cette conférence interdisciplinaire, qui réunira des universitaires et des professionnels, est destinée aux spécialistes du droit de la propriété intellectuelle et des nouvelles technologies, qu'ils soient étudiants, universitaires, magistrats, avocats, juristes, conseillers en propriété industrielle, mais aussi aux entreprises et aux acteurs du secteur sportif.

**Alexandre Delmotte, maître de conférence, Université Grenoble Alpes, responsable scientifique du colloque**

---

1. J. DE WERRA, Sport et propriété intellectuelle. Genève : Schulthess, 2010

# PROGRAMME

8h30 - Accueil café

## **Introduction - Économie, marchandisation du sport et stratégie marketing**

Nico Didry, maître de conférences, Université Grenoble Alpes

## **LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, LEVIER DE MARCHANDISATION DU SPORT**

### **A. La marchandisation des évènements sportifs**

#### **Le naming des évènements et des infrastructures sportives**

Sébastien Brameret, magistrat financier à la Chambre régionale des comptes Auvergne-Rhône-Alpes

#### **Les droits de diffusion des évènements sportifs**

Fabrice Rizzo, professeur, Université Aix-Marseille

#### **Les contrats de sponsoring et d'équipementier**

Jean-Michel Marmayou, professeur, Université Aix Marseille

### **B. La marchandisation des sportifs**

#### **Le droit à l'image du sportif**

Jean-Michel Bruguière, professeur, Université Grenoble Alpes

#### **La marchandisation du geste sportif : vision internationale**

Stefan Martins, membre à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO)

## **LA MARCHANDISATION DU SPORT, OBJET DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

### **A. La protection des créations sportives**

#### **La performance sportive saisie par le brevet**

Emmanuel Py, professeur, Université de Bourgogne

#### **La protection des photographies sportives par le droit d'auteur**

Émilie Terrier, maître de conférences, Université Grenoble Alpes

#### **La représentation du sport dans l'art**

Sébastien Gokalp, directeur du Musée de Grenoble

#### **Le sportif-artiste interprète**

Anne-Emmanuelle Khan, professeure, Université Lumière Lyon 2

### **B. La défense des signes distinctifs**

#### **La lutte contre l'ambush marketing**

Thibault Lachacinski, avocat associé chez FAJGENBAUM

#### **La protection des marques sportives**

Pascale Tréfigny, conseillère en service extraordinaire à la chambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation

### **Rapport de synthèse**

Didier Poracchia, professeur, Université de Paris I, Panthéon-Sorbonne