



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

prénoms

Question écrite n° 92311

Texte de la question

Mme Geneviève Gaillard attire l'attention de Mme la secrétaire d'État chargée de la famille et de la solidarité sur l'utilisation des prénoms à des fins commerciales. L'association de défense de nos prénoms (ADNP) réclame l'interdiction d'utiliser des prénoms à des fins commerciales sur la base des dommages vécus par les enfants, les adultes et les familles déstabilisés au quotidien dans leur rapport identitaire et relationnel. Elle demande avec force que soient apposées des limites aux dérives du marketing commercial et que les valeurs de nos pratiques sociales en matière d'attribution de prénoms soient à nouveau respectées. Aussi, elle lui demande si elle envisage d'ouvrir un débat public ouvert dans l'intérêt de tous sur cette question de l'attribution d'un prénom à un bien de consommation.

Texte de la réponse

L'article L. 711-4 g du code de la propriété intellectuelle dispose qu'un signe ne peut porter atteinte à des droits antérieurs de la personnalité d'un tiers et notamment à son nom patronymique, à son pseudonyme et à son image. Si cet article ne vise pas expressément le prénom, sa rédaction ouverte lui donne vocation à s'appliquer aux accessoires du nom tels que le prénom. Mais cette protection est subordonnée à la preuve d'un risque de confusion entre la personne physique qui demande la protection et la marque critiquée : lorsqu'un nom est utilisé à des fins commerciales ou publicitaires, le demandeur doit justifier de l'existence d'une confusion à laquelle il a intérêt à mettre fin pour pouvoir réclamer l'annulation de la marque (Civ. 1re, 13 fév. 1967, « Badoit » : Bull. civ. I, n° 60 ; D. 1967. Somm 78). La confusion est notamment réalisée lorsque le titulaire de la marque reprend un nom célèbre ou rare, associé par le public à un personnage ou à la famille qui le porte (CA Paris, 24 janvier 1962 « Luynes » : RTD com. 1962. 405, obs. Chavanne ; TGI Paris, 4 octobre 1996, « Coubertin » : PIBD. 1997, III, p. 39). Il n'y a, en revanche, aucun risque de confusion lorsque le nom patronymique est porté par plusieurs familles (19 décembre 1967, « Savignac » D. 1968. 277. I). Ces règles sont transposables aux prénoms. Mais dans le cas des prénoms, à l'exception des prénoms célèbres (par exemple ceux utilisés comme noms de scène par les artistes), la difficulté de démontrer l'existence d'une confusion est d'autant plus importante que peu de prénoms sont rares. Ainsi, la possibilité d'une confusion peut difficilement être démontrée hors le cas où la marque reprend, ensemble, un prénom et un nom patronymique. Et même dans cette hypothèse, les éléments permettant de démontrer la confusion ne sont pas nécessairement réunis. L'interdiction poserait en outre un problème majeur en ce qui concerne l'établissement de la liste des prénoms interdits. En effet, la loi du 8 janvier 1993 a institué un principe de liberté de choix du prénom. Dès lors, la liste des prénoms à protéger ne pourra jamais être exhaustive, même en l'actualisant chaque année. En outre, au rythme auquel s'accroît le nombre de prénoms, la liste risque fort de devenir particulièrement longue et la liberté de choix du nom de leurs marques par les industriels risque de se réduire corrélativement. Il est donc clairement préférable de continuer à laisser à la jurisprudence le soin de déterminer, au cas par cas, si l'usage commercial d'un prénom est préjudiciable à un enfant ou non.

Données clés

Auteur : [Mme Geneviève Gaillard](#)

Circonscription : Deux-Sèvres (1^{re} circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 92311

Rubrique : État civil

Ministère interrogé : Famille et solidarité

Ministère attributaire : Économie, finances et industrie

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

Question publiée le : 2 novembre 2010, page 11888

Réponse publiée le : 22 mars 2011, page 2805