

PARODIE ET MODE

Colloque organisé par Marie Malaurie-Vignal avec le soutien du département SHS de Saclay et le cabinet Legrand Lesage-Catel Gaultier dans le cadre du projet "Mode et Propriétés Intellectuelles".

lundi 3 décembre 2018
de 18h à 21h
Maison du Barreau
2 rue de Harlay
75001 Paris
Salon de l'Horloge et Salon Gaston Monnerville

Le détournement de marques n'est pas un phénomène nouveau. Il est lié à la culture du Pop Art avec Andy Warhol célèbre pour ses œuvres créées à partir d'images publicitaires détournées.

Un art nouveau est créé, celui du détournement en tout genre (slogans, images publicitaires, campagnes de marketing, détournement culturel qualifié de « culture jamming »).

La pratique est à la mode. Elle peut avoir une signification politique, la démocratisation de la mode, la contestation de la société de consommation, la désacralisation du luxe. Il est tendance de détourner.

Ces emprunts sont-ils licites, parce qu'ils sont simplement destinés à amuser ? Ou sont-ils des contrefaçons déguisées sous la forme d'une parodie ?

La problématique est située dans une sorte de zone grise, car il y a bien copie ou imitation ; or les fabricants revendiquent une liberté d'expression artistique. Mais, cette revendication artistique ne dissimule-t-elle pas une volonté de détourner un logo ou une création à des fins purement commerciales, en profitant de l'air du temps ?

Le colloque a précisément pour objet de se demander si la parodie, dans le domaine de la mode, justifie une atteinte au droit d'auteur et au droit des marques. L'étude exposera les réponses des droit français, italien et nord-américain.

Ce colloque est validé au titre de la formation continue des avocats.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Inscription avant le 28 novembre 2018 à dante@uvsq.fr

- » Télécharger le programme
- » Consulter la page du projet Mode et propriétés intellectuelles