

ÎLE-DE-FRANCE

DES FRUITS ET DES LÉGUMES
FRAIS GRATUITS SUR INTERNET

PAGE 14

FOOTBALL
Paris sous
pression à
Toulouse

PAGES 18 ET 19

(LP/FRÉDÉRIC DUGIT.)



ATHLÉTISME
Lemaitre
a rendez-vous
avec l'histoire

PAGE 21

(AFP/OLIVIER MORIN.)



www.leparisien.fr

1,20€

le Parisien

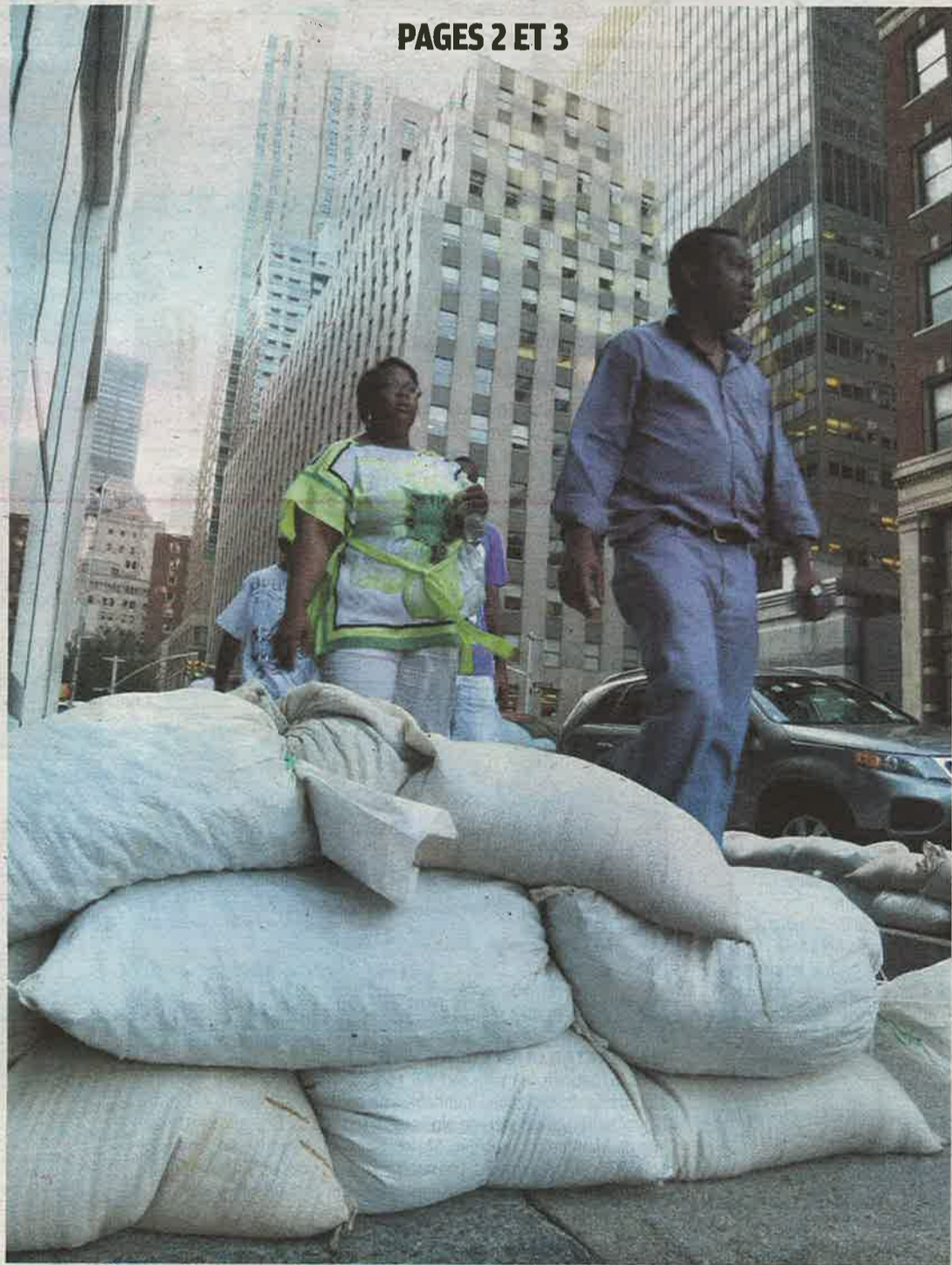
Dimanche

DIMANCHE 28 AOÛT 2011

N° 20826 BIS

OURAGAN IRENE New York se prépare au pire

PAGES 2 ET 3



NEW YORK (ÉTATS-UNIS). L'ouragan est attendu à la mi-journée (heure française). Et 370 000 habitants de la ville ont été invités à quitter leur logement. Notre reportage avec les New-Yorkais.

(REUTERS/EDUARDO MUNOZ.)

PHÉNOMÉNAL RINER !

PAGES 16 ET 17



BERCY (PARIS), HIER. Le judoka français Teddy Riner, 22 ans, est devenu champion du monde pour la cinquième fois. Un record.

(AFP/BERTRAND LANGLOIS.)

PARTI SOCIALISTE

Hollande
veut confirmer
son avantage

PAGE 5

FAMINE

Avec les ONG
dans la Corne
de l'Afrique

PAGE 8

NAPLES

Le mystère du
fantôme du musée

PAGE 11

TÉLÉVISION



(LP ET CANAL +)

Pour les Miss
Météo, un avenir
sans nuages

PAGE 36

R 20174 - 828 - 1,20 €



EN BREF

FMI

L'économie mondiale fait face à des risques « croissants » et les « options de mesures » de soutien sont « plus réduites qu'auparavant », a déclaré hier la directrice générale du Fonds monétaire international, Christine Lagarde. Il reste toutefois des solutions et agir de façon déterminée « aidera à dissiper les doutes », a-t-elle ajouté lors d'un séminaire de la Banque centrale américaine.

LA POSTE

Les syndicats CGT et SUD de la Poste ont dénoncé l'augmentation de capital de 860 M€ de la Banque postale, actée vendredi, y voyant une décision « superflue » et dénonçant une stratégie néfaste pour l'emploi.

EUROTUNNEL

Les salariés d'Eurotunnel réunis hier à Calais ont décidé de ne pas faire grève, au lendemain de l'échec de négociations sur les salaires. « La décision a été prise de mener des actions ponctuelles ce week-end », a indiqué à l'AFP Stéphane Lepoutère, délégué syndical FO et membre de l'intersyndicale CGT-FO-CFDT.

ÉNERGIE

Criblée de dettes mais pourvue d'un fort ensoleillement, la Grèce envisage d'installer 20 000 ha de parcs solaires dans le but d'exporter de l'énergie renouvelable vers l'Allemagne, selon le quotidien « Ta Nea ». Le projet, doté d'un budget initial de 20 Mds€, pourrait créer 60 000 emplois.

IMPÔTS

Le Syndicat national unifié des impôts redoute que des mesures fiscales injustes soient prises, en s'appuyant sur le rapport de l'inspection générale des finances sur les niches fiscales. Selon celui-ci, plus de 50 M€ de niches, sur un total de 104 M€, sont inefficaces ou peu efficaces.

La marque Saint-Tropez, une machine à cash

FINANCES PUBLIQUES. Lutte contre les contrefaçons, licences... La mairie a mis en place un arsenal juridique et commerciale pour rentabiliser le nom de sa ville.

Elle s'en souviendra longtemps ! Après près d'un an de procédure, la petite entreprise propriétaire de la ligne de maillots de bain Saint-Tropez vient de jeter l'éponge. Attaquée par la commune du même nom pour contrefaçon de la marque, la PME doit, à la suite d'un protocole transactionnel, arrêter la commercialisation de ces vêtements et indemniser Saint-Tropez pour le « préjudice subi ». C'est que derrière le mythe sur papier glacé se dissimule une vraie machine à cash dont le bénéficiaire n'est ni plus ni moins la commune de Saint-Tropez elle-même. La clé de voûte de ce dispositif : la prise de conscience dès les années 1990 par les édiles de la ville que Saint-Tropez était bel et bien devenu une marque mondiale susceptible d'être déposée. A l'instar d'un brevet industriel ou d'une découverte technologique.

Patrimoine immatériel

En mars 1992, Saint-Tropez puis Saint-Trop — mais pas tropézien ou tropézienne — sont ainsi enregistrés à l'INPI (Institut national de la propriété industrielle). « L'objectif de la commune est avant tout de protéger son nom et son image contre des utilisations parasitaires. Mais, comme son musée ou sa gendarmerie, le nom de Saint-Tropez est également devenu un élément de son patrimoine immatériel pouvant donner lieu à des retombées financières intéressantes pour la ville et ses administrés », explique M^e Jean Capioux, avocat de la com-



Sacs Louis Vuitton ou vêtements Kappa, la ville de Saint-Tropez a conclu des accords commerciaux avec de grandes marques. (DR.)

une. A l'époque, on pouvait encore acheter dans les supérettes de l'Hexagone des pizzas industrielles ou des rosés bas de gamme labellisés Saint-Tropez. Sans parler de vidéos pornos, comme « Week-end à Saint-Tropez », qui risquaient de nuire définitivement à la réputation de la cité. Pour protéger son image et sa notoriété, la capitale des people a donc mis en place une batterie logistique digne des plus grandes stars du CAC 40.

Armes défensives, tout d'abord, en contrôlant, par l'intermédiaire de l'INPI, l'enregistrement des marques et en luttant contre la contrefaçon, notamment de produits importés ; armes offensives aussi, avec la multiplication de partenariats et de licences destinés à rapporter à la ville des royalties, souvent substantielles. L'an dernier, la commune a ainsi racheté à une société nautique privée l'appellation Les Voiles de Saint-Tropez — la grande manifestation nautique de fin de saison — pour 1 € et s'est associée à l'exploitation d'une ligne de vêtements de loisirs par le biais de la société Kappa France. Le contrat est un vrai jackpot pour la commune : pour pouvoir utiliser la

marque Les Voiles de Saint-Tropez, Kappa s'acquitte chaque année d'une redevance minimale garantie de 200 000 €, plus 1 % du chiffre d'affaires réalisé. En 2010, encore, Saint-Tropez a signé une convention avec la marque de luxe Louis Vuitton qui a permis au malletier d'utiliser le nom Saint-Tropez sur un sac en toile et un drap de bain. Redevance acquittée à la ville : 10 000 €. Combien la marque Saint-Trop rapporte-t-elle au budget communal ? La mairie ne le dit pas. Mais, au regard du contexte financier délicat dans lequel évoluent certaines collectivités locales, ces recettes peuvent représenter une vraie bouée de sauvetage...

JANNICK ALIMI

« Les communes sont tout à fait habilitées à défendre leur nom »

EMMANUELLE HOFFMAN ● avocate spécialisée

Pour cette avocate, les villes ont tout intérêt — financier et moral — à défendre leur image... de marque.

Y a-t-il d'autres villes que Saint-Tropez qui aient enregistré leur nom comme marque ?

EMMANUELLE HOFFMAN. Il y en a de plus en plus. Celles dont le nom peut être qualifié de « notoire » car lié intimement à l'histoire, à un événement culturel comme un festival. Paris, mais aussi Cannes ou Deauville par exemple ont franchi le pas. On trouve aussi des communes moins illustres comme Issy-les-Moulineaux, dans les Hauts-de-Seine.

Dans quel but ces communes le font-elles ?

Pour deux raisons essentielles. Profiter des retombées financières liées à l'exploitation de leur nom. Mais aussi assurer un meilleur contrôle de leur image. On constate une poussée inquiétante d'une forme de parasitisme, notamment dans la mode, de la part d'entreprises qui détournent dans leur intérêt propre l'image de marque d'une ville.

Y a-t-il eu une date clé

dans cette évolution ?

Cela fait une vingtaine d'années qu'il y a une prise de conscience de la valeur et de l'utilité des marques dans ce domaine. Une affaire liée à une indication de provenance a aussi été déterminante. L'affaire Champagne. En 1993, la maison Yves Saint Laurent a lancé un parfum sous ce nom avec un bouchon rappelant celui des bouteilles du célèbre breuvage. Les professionnels de ce vignoble ont alors saisi la justice qui a conclu à une utilisation trompeuse de la marque de la part du groupe de luxe. La marque Champagne de parfum n'a donc plus été exploitée.

En quoi une ville est légitime à défendre un nom qui reste avant tout une donnée géographique ?

Ces communes ou ces collectivités locales sont tout à fait habilitées à le faire car la plupart d'entre elles ont investi des fonds importants pour accéder à cette notoriété. Il est normal qu'elles profitent des dividendes d'investissements qui font leur renommée et que ces retombées ne soient pas détournées au profit d'intérêts privés sans contrôle.

PROPOS RECUEILLIS PAR J.A.



royaumont
saison
musicale
chaque
week-end
2 sept > 9 oct
2011

quelques temps forts... parmi les 31 concerts et spectacles proposés dans l'abbaye

Les Mille et une nuits
mis en scène Louise Moaty
Ensemble de musique baroque La Réveuse
> vendredi 2 sept à 20 h
samedi 3 sept à 19 h 30

Xenakis, Stockhausen
Arne DeForce
Ensemble Linea
> samedi 10 sept à 17 h 30 et 20 h 45

Une passion selon St Matthieu
Fabrizio Cassol
> vendredi 16 sept à 20 h 45

La Merlaison
re-création du ballet de Louis XIII donné en 1635 | compagnie L'Éclat des Muses
> samedi 17 sept à 17 h 30
dimanche 18 sept à 18 h

Schumann : Missa sacra
Marianne Crebassa, mezzo-soprano
Ensemble les Cris de Paris
> samedi 17 sept à 20 h 45

Conférence dansée
autour d'Isadora Duncan et Alexandre Scriabine avec Noëlle Simonet et Jean-Marc Piquemal
> dimanche 18 sept à 16 h 30

Corelli ou la voix du violon
Ensemble La Risonanza
> vendredi 23 sept à 20 h 45

Relecture Cage
Wilhem Latchoumia aux pianos
> samedi 24 sept à 20 h 45

L'Egisto
re-création du premier opéra bouffe donné en France en 1646
> à L'apostrophe Théâtre des Louvrais à Pontoise
jeudi 29 sept à 19 h 30
vendredi 30 sept à 20 h 30
dimanche 2 oct à 16 h

Sleep Song
Mike Ladd, Maurice Decaul et Ahmed Abdul Hussein, poètes slameurs
Vijay Iyer, compositeur
Serge Teyssot-Gay, guitariste
> vendredi 30 sept à 20 h 45
dimanche 2 oct à 17 h

De Royaumont à Calcutta
Dr. L. Subramaniam
Andy Emler...
> samedi 1^{er} oct à 20 h 45

Orgue + Monstres sacrés
Ensemble Voix célestes
Marco Cortinovis, orgue
> dimanche 9 oct à 15 h

... des idées pour passer une journée entière à l'abbaye, en famille ou entre amis.

des ateliers pour les enfants, des formules de restauration variées, une librairie-boutique, le parc, le bar-salon de thé...

www.royaumont.com — réservations 01 34 68 05 50

tarifs de 6 € à 24 € à partir de 3 spectacles, abonnez-vous !

Fondation Royaumont
95270 Asnières-sur-Oise