

COUR ADMINISTRATIVE D'APPEL DE PARIS

PREMIERES OBSERVATIONS EN DÉFENSE

POUR :

L'État, représenté par le ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique, Direction générale des entreprises, représenté par Benjamin Delozier.

CONTRE :

L'Association Francophonie Avenir dont le siège social est au 2811 chemin de Saint-Paul, Parc Louis Riel à Manduel (30129).

Sur la requête n°2205156

FAITS

L'Association Francophonie Avenir (ci-après AFRAV) a formé le 12 novembre 2019 un recours gracieux auprès du Premier ministre à propos de l'usage dans l'espace public de la marque « Choose France ».

Dans cette lettre, l'AFRAV estime que cette marque « *contrevien[drait] à la loi linguistique de notre pays, et notamment à l'article 1,2 et 14 de la loi n°94-665* ».

En conséquence, sans autre forme d'analyse, l'association requérante considère cette marque comme illégale et il est demandé au Premier ministre et au service de l'Etat de ne plus utiliser la marque « Choose France » dans l'espace public.

Une décision implicite de rejet est née du silence gardé par l'administration pendant deux mois.

Le 25 janvier 2020, l'AFRAV a déposé devant le tribunal administratif de Paris une requête tendant, d'une part, à annuler la décision implicite de rejet sur sa demande de ne pas employer la marque « Choose France », et, d'autre part, de constater l'illégalité dont serait entachée l'usage de cette marque.

Par un jugement en date du 6 octobre 2022, le Tribunal administratif de Paris a rejeté la requête de l'AFRAV (**production adverse n°2**).

Par une délibération du 29 octobre 2022, le Conseil d'Administration de l'AFRAV aurait donné « l'autorisation au président de l'Afrav, M. Régis Ravat, de porter l'affaire « Choose France » à la cour administrative d'appel de Paris » (**production adverse n°1**).

L'AFRAV a interjeté appel du jugement du 6 octobre 2022 par une requête introductive d'appel en date du 5 décembre 2022.

L'association requérante demande l'annulation du jugement rendu le 6 octobre 2022 par le Tribunal administratif de Paris. Elle demande en outre d'enjoindre au Premier ministre de procéder au retrait de l'expression « Choose France » de l'ensemble des supports de communication destinées au public français sur le territoire national

Enfin, elle demande à ce que la somme de 3000 euros soit mise à la charge de l'Etat au titre de l'article L.761-1 du code de justice administrative.

MOYENS DE RECOURS

Pour obtenir l'annulation du jugement du Tribunal administratif de Paris en date du 6 octobre 2022, le requérant soutient que :

- ce jugement serait irrégulier car il méconnaîtrait les dispositions de l'article R. 741-2 du code de justice administrative en ce qu'il ne comporterait pas l'ensemble des visas législatifs et réglementaires sur lesquels il se fonde ; et le rejet de la requête sur le seul motif que les expressions
- le rejet de la requête sur le seul motif que «Choose France » n'ayant pas fait l'objet d'une approbation par la commission de la langue française d'expressions françaises équivalentes publiées au Journal officiel, cela aurait entaché le jugement d'une double erreur de droit : d'une part, puisque l'expression « Choose France» non traduite, ne concernerait pas uniquement un public étranger et, d'autre part, puisque le mot « Choose» ne ferait pas partie de termes techniques devant faire l'objet d'une traduction par la commission d'enrichissement de la langue française.

DISCUSSION

Par le présent mémoire en défense, l'exposant entend démontrer à la Cour administrative d'appel de Paris que la requête introductive d'appel formée par l'AFRAV tendant à faire annuler le jugement du Tribunal administratif de Paris en date du 6 octobre 2022 est dénuée de tout fondement.

I. In limine litis, sur le principe de loyauté des débats

A titre liminaire il sera indiqué que les conditions d'introduction du présent recours nuisent à loyauté des débats.

L'AFRAV a interjeté appel du jugement du 6 octobre 2022 par une requête introductive d'appel en date du 5 décembre 2022, signée par Maître Eric Landot, associé du cabinet Landot.

Ce même avocat avait conseillé l'Etat en première instance, sur la stratégie contentieuse à adopter, dans la même affaire.

Outre, l'atteinte à l'article 7 du décret n°2023-552 du 30 juin 2023 portant code de déontologie des avocats, qui dispose que « *l'avocat ne peut être ni le conseil, ni le représentant ou le défenseur de plus d'un client dans une même affaire, et qu'il ne peut accepter l'affaire d'un nouveau client si le secret des informations données par un ancien client risque d'être violé ou lorsque la connaissance par l'avocat des affaires de l'ancien client favoriserait le nouveau client* », l'Etat estime que le secret des informations communiquées à maître Landot, en première instance, a été violé et que par là même le principe de loyauté des débats se trouve entaché.

Nous invitons le juge à en tenir compte dans sa lecture des arguments de la partie adverse.

II. Sur la prétendue irrégularité du jugement contesté

La Cour administrative d'appel ne pourra que constater que le jugement du tribunal administratif de Paris ne méconnaît pas les dispositions de l'article R.741-2 du code de justice administrative.

En vertu de l'article R. 741-2 du code de justice administrative, une décision doit mentionner « les visas des dispositions législatives ou réglementaires dont elle fait application » (CE, 18 février 2009, Belhachemi, n° 313343), sous peine d'être annulée. En effet, seuls les textes dont il est effectivement fait application doivent être visés (CAA Lyon, 20 juill. 2017, Commune des Chapelles, n° 16LY01344). Le Conseil d'Etat juge que « la circonstance que les visas du jugement ne mentionneraient pas l'ensemble des règles de droit applicables au litige est, en tout état de cause, sans incidence sur sa régularité » (CE, 23 déc. 2010, CNPT, n° 325144).

Cette obligation est satisfaite même si les textes dont il est effectivement fait application ne sont pas visés ou sont visés de manière imprécise (par exemple, visa d'un code sans identifier une disposition en particulier), pourvu qu'ils soient expressément reproduits dans les motifs de la décision.

En l'occurrence, le jugement du tribunal administratif de Paris vise notamment la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française et le décret n° 96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française, sans plus de précision. Les dispositions des articles 1, 2 et 14 de cette loi et de l'article 11 du décret, dont le tribunal fait application, sont reproduites dans les motifs de la décision.

Contrairement à ce que soutient l'appelante, le juge n'avait pas l'obligation de viser l'article 2 de Constitution, ni l'ordonnance de Villers-Cotterêts (que l'appelante mentionne d'ailleurs sans identifier les dispositions de cette ordonnance qui seraient applicables au litige) puisque le jugement est fondé sur les articles mentionnés ci-dessus de la loi du 4 août 1994 et de son décret d'application du 3 juillet 1996 qui fixent notamment, dans le domaine des marques, les obligations relatives à l'emploi de la langue française pesant sur les personnes morales de droit public (article 14).

Le juge n'avait pas davantage l'obligation de viser la décision de la CELF du 2 juillet 2021 dans la mesure où il n'en fait pas application. En tout état de cause, à supposer, comme le soutient l'appelante, que son application était déterminante pour la solution du litige, son absence de prise en considération par le juge ne constituerait pas une irrégularité du jugement.

III. Sur le fond du litige

La Cour administrative d'appel de Paris ne pourra que constater le caractère non fondé de l'ensemble des moyens invoqués à l'encontre du jugement du tribunal administratif de Paris du 6 octobre 2022.

Selon l'AFRAV, en écartant le moyen tiré de l'erreur de droit qu'elle avait soulevé au motif que l'expression « Choose France » n'a pas fait l'objet d'une approbation par la commission d'enrichissement de la langue française d'expressions françaises équivalentes publiées au Journal officiel, le Tribunal administratif de Paris aurait entaché son jugement d'une double erreur de droit, puisqu'elle considère :

- d'une part, que l'expression « Choose France » non traduite, ne concerne pas uniquement un public étranger ; et
- d'autre part, que le mot « Choose » ne fait pas partie des termes techniques devant faire l'objet d'une traduction par la commission d'enrichissement de la langue française.

Ces moyens ne sauraient prospérer.

A. Sur la destination de l'emploi du mot « Choose »

En premier lieu, l'AFRAV soutient qu'en considérant que l'usage de l'expression « Choose France » sans traduction respectait les dispositions de la loi n° 94-665 du 4 août 1994, sans rechercher si ces expressions ne s'adressaient effectivement qu'à un public étranger, le Tribunal aurait entaché son jugement d'une première erreur de droit. En effet, elle soutient que, faute de ne s'adresser qu'à un public étranger à l'étranger même, la solution retenue par le jugement contesté ne pourrait être défendue en droit.

Toutefois, ce moyen est manifestement mal fondé.

En droit, la loi n°94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française organise dans une certaine mesure l'utilisation du français.

L'article 3, alinéa 1 de cette loi dispose ainsi que « *toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et destinée à l'information du public doit être formulée en langue française* ».

Par ailleurs, l'article 6 de la loi n°94-665 du 4 août 1994 concerne l'organisation de manifestation organisée en France, notamment pour la promotion du commerce extérieur de la France. Il est ainsi disposé que :

« *Tout participant à une manifestation, un colloque ou un congrès organisé en France par des personnes physiques ou morales de*

nationalité française a le droit de s'exprimer en français. Les documents distribués aux participants avant et pendant la réunion pour en présenter le programme doivent être rédigés en français et peuvent comporter des traductions en une ou plusieurs langues étrangères.

[...]

Ces dispositions ne sont pas applicables aux manifestations, colloques ou congrès qui ne concernent que des étrangers, ni aux manifestations de promotion du commerce extérieur de la France ».

En d'autres termes, dès lors que la manifestation (c'est-à-dire toute action visant à exprimer une position) est à destination d'un public étranger ou qu'elle vise à promouvoir le commerce extérieur français, celle-ci n'est pas nécessairement organisée en français. Ainsi, seul l'emploi de « Choose France » en France et pour des manifestations à portée uniquement nationale serait véritablement litigieuses.

En l'espèce, depuis son lancement en janvier 2018 par le Président de la République, le Sommet «Choose France» est devenu un rendez-vous économique annuel incontournable dans l'agenda des investisseurs internationaux. Il a pour but de promouvoir l'attractivité économique de la France à l'international et attirer les investisseurs étrangers vers des projets français. Il s'agit d'un moment privilégié d'échanges grâce à des formats de rencontres entre les investisseurs étrangers, l'exécutif français et les principales entreprises françaises.

L'emploi de l'expression « Choose France » et sa protection en tant que marque ont pour but de transmettre un message simple et direct à destination d'investisseurs exclusivement étranger de la sphère économique internationale (production n°1).

A cet égard, la Cour d'appel de Paris notera que le dernier sommet en date du 15 mai 2023 a réuni près de 200 dirigeants incluant de grands groupes étrangers de secteurs variés et de plus de 50 nationalités différentes. Chaque année, ce sont notamment près de 400 entretiens bilatéraux qui sont organisés avec les ministres et les grands acteurs de l'environnement international des affaires. Ils permettent d'échanger autour des grandes transformations économiques et des réformes engagées par le gouvernement français pour favoriser l'activité économique sur notre territoire (production n°2).

Depuis sa création, cette présence s'est amplifiée et est en hausse constante, ce qui démontre la pertinence et la nécessité du dispositif de communication. Concrètement, à la suite d'un sommet « Choose France », des

annonces majeures sont annoncées. Cette année, ce sont des retombées économiques à plus de 13 milliards d'euros d'investissements et plus de 8000 emplois sur l'ensemble du territoire (production n°3).

La tenue de ce sommet permet de confirmer la place de la France comme leader européen en matière d'accueil des investissements directs à l'étranger. En effet, pour la quatrième année consécutive, la France est le pays le plus attractif d'Europe avec 1 259 nouveaux projets d'investissements recensés dans l'Hexagone en 2022. La France compte aujourd'hui 16 800 entreprises étrangères employant 2,2 millions de salariés.

Ainsi, ce sommet permet des résultats concrets pour l'économie française et l'ensemble de ses territoires. Entre 2018 et 2022, plus de 188 projets ont déjà été réalisés ou sont en cours de réalisation.

En conséquence, l'ambition de l'utilisation de cette marque est de favoriser et promouvoir le commerce extérieur français ainsi que l'investissement étranger.

Dans cette optique, et pour maximiser l'impact et la réussite de ces politiques publiques, la marque « Choose France » a été élaboré pour être comprise partout dans le monde, l'anglais demeurant la langue des affaires. La langue anglaise permet en effet de toucher des cibles non francophones qui représentent un enjeu stratégique pour la France.

Dès lors, l'ancrage international de la marque « Choose France » incluant tant l'expression sur les supports de communication à destination d'un public étranger que sa protection par le biais du droit des marques justifie ainsi la mixité des termes employés.

Il est donc indispensable, pour que le dispositif reste lisible et efficace pour les partenaires étrangers qu'il cherche à attirer, que la communication des actions menées en France soit réalisée dans une langue compréhensible par ce public.

Il résulte de ces éléments qu'il est indéniable que l'ambition de la marque « Choose France » est de favoriser et de promouvoir le commerce extérieur français, les investissements étrangers en France et par de ce fait perdurer le rayonnement international de la France.

En conséquence, les enjeux de développement économique et de rayonnement international que représentent l'utilisation de cette marque sont particulièrement importants pour la France et son économie, ainsi que pour les entreprises.

Les mesures réclamées par l'AFRAV auraient donc nécessairement des effets disproportionnés et porteraient gravement préjudice au développement économique ainsi qu'au rayonnement international de la France.

Dès lors, c'est à bon droit que le Tribunal administratif de Paris est arrivé à son verdict.

Au surplus et contrairement aux affirmations de l'association requérante, « Choose France » joue sur le présupposé selon lequel les français parlent peu ou mal l'anglais.

Cette marque décalée *via* l'utilisation du français permet alors d'attirer l'investisseur étranger sur des éléments reconnaissable par lui sans traduction : la France et faire le choix. Cela est renforcé par les couleurs du drapeau français accompagnant généralement la marque.

Par ailleurs, contrairement aux affirmations de l'association requérante, l'emploi simultané dans cette marque de mots anglais et français permet également d'attirer les locuteurs anglophones vers l'utilisation de la langue française et n'apparaît donc pas en contradiction avec les objectifs portés par la loi.

B. Sur l'absence de termes équivalents au mot « Choose » approuvés par la commission d'enrichissement de la langue française

i. Sur le bienfondé de l'emploi du terme « Choose » dès lors qu'il n'a pas été approuvé par la Commission d'enrichissement de la langue française

En droit, l'article 14 de la loi n°94-665 porte sur l'emploi d'une marque et dispose que :

« I. L'emploi d'une marque de fabrique, de commerce ou de service constituée d'une expression ou d'un terme étranger est interdit aux personnes morales de droit public dès lors qu'il existe une expression ou un terme français de même sens approuvés dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française.

Cette interdiction s'applique aux personnes morales de droit privé chargées d'une mission de service public, dans l'exécution de celle-ci.

II. Les dispositions du présent article ne sont pas applicables aux

marques utilisées pour la première fois avant l'entrée en vigueur de la présente loi ».

Il existe ainsi une limite à l'interdiction prévue par cet article dans la mesure où l'expression ou le terme équivalent doit être approuvé dans les conditions prévues par les dispositions réglementaires relatives à l'enrichissement de la langue française. Il ne s'agit donc pas d'une simple traduction du mot par un dictionnaire laquelle est possible dans toutes les langues.

Dans ce sens, dans un arrêt du 22 juillet 2020, le Conseil d'Etat a parfaitement exposé ce principe en indiquant que :

« cette loi qui prévoit que l'emploi, dans le nom d'une marque utilisée pour la première fois après l'entrée en vigueur de la loi, d'une expression ou d'un terme étranger à la langue française, n'est interdit aux personnes morales de droit public que s'il existe une expression française de même sens approuvée par la commission d'enrichissement de la langue française et publiée au Journal officiel de la République française » (CE, 22 juillet 2020, Association Francophonie Avenir, req. n°435372).

Autrement dit, l'interdiction d'utilisation est limitée aux expressions ou mots approuvés par la commission d'enrichissement de la langue française.

Ainsi, dès lors que la commission d'enrichissement de la langue française n'a pas approuvé une expression ou un mot alors les personnes morales de droit public peuvent utiliser des expressions ou mots dans une langue étrangère.

La jurisprudence administrative admet par ailleurs des nuances à cette supposée intransigeance législative.

Le Conseil d'Etat, dans un arrêt du 11 juin 2003, a pu remarquer que la loi n°94-665 n'empêche pas l'introduction de mots nouveaux dans la langue française :

« les dispositions constitutionnelles et législatives ci-dessus rappelées [article 2 de la constitution de la Vème république, article 1^{er} de la loi du 4 aout 1995] n'interdisent pas au gouvernement d'introduire dans la langue française des mots nouveaux, empruntés notamment à des langues étrangères, pour désigner des institutions ou des notions nouvelles ; » (CE, 11 juin 2003, Association Avenir de la langue française, req. n°246971, publié au recueil Lebon).

Ensuite, la Cour administrative d'appel de Lyon a pu considérer que les

dispositions relatives à l'obligation pour toute inscription d'utiliser une formulation en langue française sur la voie publique ou dans un lieu ouvert au public n'étaient pas applicables aux sites internet :

« L'association requérante fait valoir que l'affiche de présentation de cette manifestation de rencontres sportives inter-entreprises, organisée par une association qui n'assure aucune activité de service public, comporte de nombreux anglicismes notamment pour identifier les sports concernés, alors que des termes français existent pour désigner les mêmes activités, et que la manifestation est désignée par des termes anglais. D'une part, toute utilisation ponctuelle de la langue anglaise n'est cependant pas proscrite par les dispositions précitées de l'article 2 de la loi du 4 août 1994. **D'autre part, les sites internet bien qu'accessibles au public, ne peuvent être qualifiés de voie publique, de lieu ouvert au public ou de moyen de transport en commun au sens de l'article 3 précité de la loi du 4 août 1994**, qui considère comme tels seulement des lieux physiquement localisés sur le territoire français. **Dès lors, l'emploi obligatoire de la langue française pour toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et l'obligation corrélatrice de double traduction, pesant spécifiquement sur les personnes publiques et les personnes privées chargées d'une mission de service public, ne s'appliquent pas aux sites internet, dont celui créé et animé par l'organisateur de la manifestation en litige**. L'association requérante n'est donc pas fondée à soutenir que le refus d'engager la procédure de restitution de la subvention versée pour cette manifestation devait être censuré par le tribunal administratif » (CAA de Lyon, 4 juin 2020, Association de défense de la langue française en Pays de Savoie, req. n°18LY01058).

En d'autres termes, les sites internet sont certes accessibles au public mais ils ne peuvent être qualifiés de voie publique et les dispositions de la loi n°94-665 sont donc inapplicables.

Par ailleurs, la Cour administrative d'appel de Marseille a admis la légalité d'un jeu de mots composé de mots anglais avec le nom d'une commune :

«La marque " Let's Grau ", qui a été enregistrée auprès de l'INPI le 2 mars 2016, est utilisée par les structures touristiques communales du Grau-du-Roi par l'intermédiaire de la société d'économie mixte " Le Grau-du-Roi Développement ". Elle est également apposée sur les outils de communication événementielle de la commune en complément de son logo. **Cette marque présente donc une dimension publicitaire. Mais elle est également un slogan qui fait référence à l'expression anglaise " let's go ", qui a la nature d'un calembour, et qui joue sur l'utilisation presque homophonique du nom de la commune**. En ce sens, il ne dispose pas d'équivalent en langue française. Il en résulte que la décision de refus

qui a été opposée par la commune à la demande de l'association ne méconnaît pas les dispositions précitées de l'article 14 de la loi n° 94-665 du 4 août 1994, ni d'ailleurs l'article 2 de la Constitution » (CAA de Marseille, 11 mars 2019, Association Francophonie et Avenir, req. n°18MA02081).

L'Association requérante a formé un pourvoi à l'encontre de cet arrêt et le Conseil d'Etat a constaté que pour être effective l'interdiction devait concerner des termes approuvés par la commission d'enrichissement de la langue française.

Or, « il est constant que l'expression anglaise " let's " n'a pas fait l'objet de l'approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'une expression française équivalente publiée au Journal officiel. Il en résulte que la cour a exactement qualifié les faits qui lui étaient soumis en jugeant que cette expression ne dispose pas d'équivalent en langue française au sens des dispositions de l'article 14 de la loi du 4 août 1994 et que, **par** suite, conformément à ce qui a été dit au point 4, la marque " Let's Grau " ne méconnaît pas l'obligation d'emploi de la langue française.

Il ressort, il est vrai, des termes de l'arrêt attaqué que la cour s'est également fondée sur la circonstance que l'expression " Let's Grau " a le caractère d'un calembour. Ainsi qu'il vient d'être dit, cette considération est, quel que soit son bien-fondé, sans incidence sur l'absence d'équivalent en langue française au sens des dispositions de l'article 14 de la loi du 4 août 1994, laquelle ne résulte que de l'absence d'approbation, par la commission d'enrichissement de la langue française, d'un terme ou d'une expression française équivalente publiée au Journal officiel. Le moyen tiré de ce que la cour aurait, sur ce point, commis une erreur de droit est, par suite, inopérant » (CE, 22 juillet 2020, Association Francophonie Avenir, req. n°435372).

En conséquence, **dès lors que la commission d'enrichissement de la langue française n'a pas approuvé une expression ou un mot alors les personnes morales de droit public peuvent utiliser des expressions ou mot dans une langue étrangère.**

ii. Sur le caractère disproportionné des mesures demandées par l'association requérante eu égard aux enjeux économiques pour les entreprises

Le juge des référés du tribunal administratif de Paris, dans une ordonnance du 2 mai 2017, a effectué une balance des intérêts en cause d'une décision informelle d'une projection du slogan « *made for sharing* » sur la Tour Eiffel et par l'organisation d'une conférence de presse « dont l'objet était de démontrer aux participants, et au-delà, aux membres du Comité international olympique, notamment la qualité, la pertinence et l'adhésion de la France à la candidature de la ville

de Paris à l'organisation des jeux olympiques et paralympiques de 2024 ».

Rejetant la demande des associations requérante de cesser toute forme de communication - quel qu'en soit le support - en langue anglaise, le juge des référés du tribunal administratif de Paris relève que :

*« l'utilité des mesures sollicitées ne saurait se déduire de la seule satisfaction des intérêts poursuivis par les associations requérantes en conformité avec les buts et **doit être apprécié à l'aune de l'ensemble des intérêts et des enjeux sportifs, de développement économique, de santé publique, et de rayonnement international** que représentent l'attribution des jeux olympiques et paralympiques à la ville de Paris et au-delà à la France, dont a en charge le GIP « Paris 2024 » ; que **si elles étaient accordées, les mesures sollicitées auraient, par leur caractère disproportionné, nécessairement pour effet de réduire la portée et la lisibilité de la candidature de la ville de Paris et par suite, de limiter la capacité du GIP « Paris 2024 » de convaincre l'autorité décisionnaire, en l'espèce, les 95 membres, majoritairement anglophones, du Comité international olympique**; qu'ainsi, les mesures sollicitées se heurtent à une contestation sérieuse qui fait obstacle à ce qu'elles soient accordées ; »* (TA de Paris, Ord., 2 mai 2017, Association Francophonie et Avenir et Association pour la sauvegarde et l'expansion de la langue française union nationale des écrivains de France, req. n° 1702872/9-1).

Ainsi, classiquement la juridiction de céans compare les objectifs poursuivis par les associations requérantes et leurs demandes par rapport aux avantages que procure la mesure contestée. Or, malgré le but poursuivi par les associations requérantes, le juge des référés du tribunal administratif estime **que la remise en cause de toute forme de communication en langue anglaise serait disproportionnée au regard de l'ensemble des intérêts et des enjeux sportifs, de développement économique et de rayonnement international** que représente l'attribution des jeux olympiques.

En l'espèce, les mesures réclamées par l'AFRAV auraient des effets disproportionnés, en supprimant l'un des leviers centraux de l'action de l'Etat en matière d'attractivité, à l'issue de six années d'une politique publique continue, ayant donné lieu à une association à fort impact entre les pouvoirs publics, les investisseurs étrangers et les entreprises privées. Retrouver une telle dynamique avec une marque alternative, qu'elle soit en français ou dans une autre langue, semble irréalisable.

Les conséquences seraient d'autant plus importantes que l'attractivité française est la meilleure d'Europe, et l'action de l'Etat a besoin de s'appuyer sur le levier de cette marque pour attirer les investisseurs internationaux. **Les mesures porteraient donc gravement préjudice au développement**

économique ainsi qu'au rayonnement international de la France.

iii. **Sur la non-application de la décision rendue le 2 juillet 2021 par la Commission d'enrichissement de la langue française**

Dans sa requête introductive d'appel, l'association requérante se prévaut de la décision rendue le 2 juillet 2021 par la Commission d'enrichissement de la langue française (CELF) dont il ressort que « *les mots, termes, expressions et tournures de la langue française attestés dans les huitième et neuvième éditions du Dictionnaire de l'Académie française et dans le Trésor de la langue française sont approuvés dans les conditions prévues par le décret du 3 juillet 1996* » (Décision du 2 juillet 2021 portant approbation des termes, expressions et définitions du Dictionnaire de l'Académie française et du Trésor de la langue française, NOR N°CTNR2120709S).

Sur quoi, paraphrasant le décret, la décision indique que ces mots, termes, expressions et tournures de la langue française « *sont obligatoirement utilisés à la place des termes et expressions équivalents en langues étrangères dans les cas mentionnés à l'article 11 du décret du 3 juillet susvisé, en l'absence de termes et expressions publiées au Journal officiel* ».

Ce faisant, la Commission d'enrichissement de la langue française, instituée par le décret n°96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française, a entendu mettre en œuvre les prérogatives qu'elle tient de ce texte, qui lui confie le soin de transmettre au JORF pour publication, la liste des termes, expressions et définitions, qu'elle a examinés, puis retenus et ayant reçu l'accord de l'Académie française.

Toutefois, l'invocation de cette décision ne saurait entraîner l'illégalité de la décision attaquée, pour au moins deux raisons.

La première raison tient au fait que, publiée le 4 juillet 2021, cette décision ne peut justifier l'annulation d'une décision implicite de rejet née le 13 janvier 2020 sans qu'il lui soit conféré une portée rétroactive.

Au jour de la décision implicite de refus contestée et *a fortiori* au jour de l'adoption de la marque « Choose France » ne faisait pas l'objet d'aucune décision de la part de la Commission d'enrichissement de la langue française.

Or, cette décision ne saurait s'appliquer, y compris pour l'avenir, à des situations légalement constituées antérieurement.

En ce sens, le II de l'article 14 de loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française précise que ces dispositions « *ne sont pas applicables aux marques utilisées pour la première fois avant l'entrée en vigueur de la présente loi* ». Cette disposition avait vocation à préserver les droits acquis et les situations constituées avant la publication de la loi. Les dispositions de l'article 20, précisant que la loi ne s'applique pas aux contrats en cours, vont dans le même sens.

Par ailleurs, la décision attaquée porte sur le refus d'abroger la décision d'utiliser la marque « Choose France » et n'est donc pas dissociable de cette dernière. Or, il s'agit d'une décision individuelle créatrice de droits, dès lors qu'elle n'édicte pas de norme à caractère général et impersonnel. Si, par extraordinaire, la cour administrative d'appel devait considérer être en présence d'une décision réglementaire, alors il devrait renvoyer l'affaire au Conseil d'État (art. R. 311-1, 2° du code de justice administrative).

La seconde est que la commission a outrepassé les attributions qui sont les siennes, en application du décret susvisé.

Pour rappel, la Commission d'enrichissement de la langue française a principalement pour fonction de proposer, après les avoir examinés, en lieu et place de termes étrangers utilisés pour désigner un nouveau phénomène précis, de **nouveaux** mots, expressions et définitions (proposés par des experts le plus souvent), qui ont vocation à intégrer officiellement la langue française, lorsqu'ils ont reçu l'accord (exprès ou tacite) de l'Académie française, et dès lors qu'ils sont publiés au JORF. Elle ne saurait donc prétendre valider un dictionnaire existant, sans avoir proposé, ni fait valider le lien entre le concept à définir et le terme français recommandé.

L'article premier du décret n° 96-602 du 3 juillet 1996 relatif à l'enrichissement de la langue française dispose en ce sens que la commission d'enrichissement de la langue française est créée « *en vue de favoriser **l'enrichissement** de la langue française, de développer son utilisation, notamment dans la vie économique, les travaux scientifiques et les activités techniques et juridiques, d'améliorer sa diffusion en **proposant des termes et expressions nouveaux** pouvant servir de référence, de contribuer au rayonnement de la francophonie et de promouvoir le plurilinguisme* ».

Ce travail est notamment crucial dans les domaines des sciences et de la technique, afin d'assurer l'emploi de terminologies équivalentes à celle existant dans d'autres langues étrangères.

De la sorte, grâce aux travaux de la Commission d'enrichissement de la

langue française, les mots suivants ont intégrés la langue française (voir le rapport annuel 2018 de la commission) :

- « mobile multifonction » en lieu et place de « smartphone » (cf. Avis de la commission d'enrichissement de la langue française publié au JORF du 11 janvier 2018 NOR : CTNR1736194K) ;
- « logiciel rançonneur » en lieu et place de « ransomware » (cf. Avis de la commission d'enrichissement de la langue française publié au JORF du 25 février janvier 2018 NOR : CTNR1804507K) ;
- « référencement » voire « parangonnage » en lieu et place de « benchmarking » (cf. Avis de la commission d'enrichissement de la langue française publié au JORF du 25 février janvier 2018 NOR : CTNR1804577K).

En application du décret du 3 juillet 1996, ces termes s'imposent aux personnes morales de droit public en lieu et place des termes étrangers.

Néanmoins au-delà de l'exercice de cette compétence d'enrichissement de la langue française, la commission outrepassa ses attributions.

En aucun cas, la Commission d'enrichissement de la langue française n'est compétente pour statuer sur les mots, termes expressions et tournures de la langue française d'ores-et-déjà existants.

Il suffit de prendre connaissance de sa dénomination pour s'en convaincre.

Aussi, la décision du 2 juillet 2021, dont se prévaut l'association requérante, est illégale et ne pourra trouver application dans le présent contentieux car elle est prise en méconnaissance des dispositions du décret du 3 juillet 1996 et en méconnaissance des attributions strictes qui sont conférées à la Commission par ce même texte.

IV. A titre infiniment subsidiaire, dans l'hypothèse où le tribunal déciderait d'annuler la décision rendue en première instance

En droit, en principe l'annulation d'un acte administratif implique que celui-ci est réputé n'être jamais intervenu.

Cependant, depuis un arrêt *Association AC !* du 11 mai 2004, le Conseil d'Etat est venu consacrer au profit du juge administratif un pouvoir de modulation dans le temps des effets de sa décision. (CE, 11 mai 2004, *Association AC !*, req. n°255886, publié au recueil Lebon).

Ainsi, il admet une dérogation exceptionnelle au principe de l'effet rétroactif quand celui-ci « est de nature à emporter des conséquences manifestement excessives en raison tant des effets que cet acte a produits et des situations qui ont pu se constituer lorsqu'il était en vigueur que de l'intérêt général pouvant s'attacher à un maintien temporaire de ses effets ».

Le juge opère donc une mise en balance entre l'intérêt de l'annulation et le maintien temporaire de la décision.

En l'espèce, il ne fait aucun doute que l'annulation de la décision implicite de rejet et de la marque querellée serait de nature à emporter des conséquences manifestement excessives en raison tant des effets qu'elle a produit auprès des investisseurs étrangers et français que de l'intérêt général pouvant s'attacher à un maintien temporaire des effets de cette marque.

Il sera ici rappelé que la marque « Choose France » a une double vocation : développer l'attractivité de la France et susciter la création d'emplois par des investisseurs étrangers.

On rappellera également que « Choose France » permet d'accroître l'influence de la France en matière d'attractivité commerciale. Dans cette perspective, à mesure que cette influence s'amplifie, il est raisonnable de considérer que l'influence de la langue française s'accroît également.

A l'international, par le biais de cette marque, la France développe aussi une diplomatie économique visant à faire émerger des projets positionnant la France sur de nouvelles technologies et secteurs stratégiques.

Cette marque constitue donc un point de repère pour les partenaires de la France et le monde des affaires internationales. Elle contribue aussi à favoriser les relations internationales des entreprises françaises. Sa disparition viendrait compromettre ce développement.

Par conséquent, il est indéniable que l'annulation de la décision implicite de rejet et que les injonctions demandées par l'AFRAV impliqueraient une phase de **transition d'au moins quatre ans**. Cette phase permettrait, d'une part, de ne pas pénaliser les investissements en cours dans la mesure où l'annulation de cette marque impliquera une incompréhension certaine des investisseurs ainsi qu'une remise en cause de leurs investissements ; puis, d'autre part, que les investisseurs internationaux puissent assimiler la nouvelle marque.

Dans ces circonstances, si par extraordinaire, le tribunal de céans estimait la

requête de l'AFRAV recevable et que la décision implicite de rejet serait entachée d'une erreur de droit, il est demandé que l'annulation ne prenne effet qu'à une date ultérieure en raison des enjeux économiques et de l'action internationale de la marque contestée.

PAR CES MOTIFS, et tous autres à produire, déduire ou suppléer, plaise à la Cour d'appel de bien vouloir :

- *A titre principal*, rejeter la requête de l'Association Francophonie Avenir ;
- *A titre infiniment subsidiaire*, le cas échéant, faire application de son pouvoir de modulation dans le temps des effets de l'annulation contentieuse et fixer à une date ultérieure l'annulation.
- à ce qu'il soit mis à la charge de l'association requérante la somme de 3 000 € au titre de l'article L. 761-1 du Code de justice administrative.

avec toutes conséquences de droit.

INVENTAIRE DES PIÈCES JOINTES :

1. Photo prise lors de la cinquième édition du sommet Choose France, à Versailles, le 11 juillet 2022, Ludovic Marin, AFP
2. Dossier de presse de la 6^{ième} édition du sommet Choose France, 15 mai 2023
3. Article du Monde en date du 15 mai 2023 « Au sommet Choose France, une moisson record d'investissements étrangers) »