

# Table des matières

<b>Les œuvres générées par intelligence artificielle sont-elles protégeables par le droit d’auteur ?</b>	7
Frédéric LEJEUNE et Maud COCK	
I. Cadre de la présente contribution	7
II. L’intelligence artificielle est capable de générer des œuvres de façon autonome...	9
III. ... mais l’intelligence artificielle est-elle capable de créer des œuvres originales au sens du droit d’auteur ?	11
IV. N’y a-t-il vraiment aucune intervention humaine dans le processus créatif qui aboutit à la génération d’œuvres par intelligence artificielle ?	18
A. Le développeur d’un système d’IA générative	20
B. L’utilisateur qui fournit des prompts	21
C. Conclusion : pas de protection pour les œuvres générées de façon autonome par intelligence artificielle	36
V. L’utilisation de l’intelligence artificielle comme outil dans le processus créatif	36
A. Introduction	36
B. La modification d’une création humaine au moyen de l’IA	37
C. La modification par l’humain d’une œuvre générée par l’IA	39
D. L’intégration de certains éléments générés par l’IA dans une création humaine	40
E. La combinaison par l’humain d’éléments générés par l’IA	41
F. Conclusion	42
VI. Le risque de protection par usurpation	43
VII. Conclusion	48

**Entre frontières physiques et numériques : une conception de la territorialité repensée en matière de saisie-description** 51  
 Anya MURPHY et Philippe CAMPOLINI

Introduction	51
I. L'infrastructure numérique au cœur du fonctionnement des entreprises modernes	52
II. Le principe de territorialité en matière de saisie-description	53
A. La notion de territoire	53
B. La saisie-description au service de droits intellectuels étrangers	54
C. Saisie-description et entités étrangères	55
D. Portée territoriale des mesures	60
1. Le critère de l'accessibilité des éléments de preuve	60
2. Le critère de l'accessibilité dans la pratique	64
3. Garanties procédurales en faveur de la partie saisie	66
Conclusion	68

**Les 10 commandements du marketing vert** 69  
 Pierre-Yves THOUMSIN et Justine AVAUX

Introduction	69
I. Marques et écoblanchiment	72
A. Trois types de marques à distinguer	72
1. La marque individuelle	73
2. La marque collective et la marque de certification	74
3. Des marques de certification spécifiques : le label écologique de l'UE et le logo bio	79
B. Trois types de marques : l'intérêt de la distinction illustré par l'arrêt <i>Fleur de coton</i>	80
1. Contexte de l'affaire	81
2. Usage sérieux et éventuelle déchéance	81
3. Caractère trompeur et éventuelle annulation	84
C. Trois types de marques distincts, mais des motifs absolus communs	84
1. Marques descriptives ou dénuées de caractère distinctif	84
2. Marques trompeuses	85
II. L'écoblanchiment en tant que pratique commerciale déloyale	88
A. Le droit commun des pratiques déloyales B2C et B2B	89

1. Pratiques B2C	90
2. Pratiques B2B	94
B. Quelques législations spécifiques	95
C. La directive 2024/825 et l'interdiction expresse de l'écoblanchiment en B2C	96
1. Encadrement des labels de développement durable	97
2. Encadrement des allégations environnementales qui ne concernent qu'un des aspects du produit ou une activité spécifique de l'entreprise	99
3. Encadrement des allégations environnementales génériques	100
4. Focus sur les allégations relatives aux gaz à effet de serre	101
D. La proposition de directive sur les allégations écologiques	103
III. L'autorégulation de l'écoblanchiment	103
A. Le Code ICC sur la publicité et la communication commerciale	104
B. Autorégulation spécifique	105
C. Application par le Jury d'éthique publicitaire	106
IV. Les dix commandements du marketing vert	107
1. Tu jongleras avec les trois types de marques	107
2. Tu connaîtras ton public	108
3. Tu tiendras compte de l'impression globale de tes allégations environnementales	108
4. Tu seras toujours en mesure de prouver tes allégations	108
5. Tu banniras les allégations génériques	108
6. Tu n'exagéreras pas la portée de tes allégations	109
7. Tu auras recours à des labels fiables	109
8. Tu surveilleras les règles propres à ton secteur	109
9. Tu réfléchiras à un marketing véritablement durable	109
10. Tu ne céderas pas à l'écotimidité	110

## **Économie circulaire : le droit des marques tourne-t-il (en) rond?** 111

Manon VERBEEREN

Introduction	111
I. Les droits exclusifs, une barrière à l'économie circulaire?	114
A. L'atteinte <i>prima facie</i> systématique aux droits du titulaire	114

1.	Le large éventail de droits exclusifs	114
2.	L'absence d'efficacité du filtre lié à l'« usage d'une marque »	115
3.	Debranding et rebranding, une fausse bonne idée ?	118
B.	Usage descriptif et référence nécessaire, des moyens de défense sous-exploités ?	120
1.	L'usage d'un signe non distinctif	121
2.	La référence, en ce compris non nécessaire ?	122
3.	Les usages honnêtes : retour à la case départ	124
II.	Épuisement et motifs légitimes, voyage au cœur de la circularité	126
A.	L'épuisement, une porte de sortie ?	126
1.	Les difficultés liées à la charge de la preuve	126
2.	Les difficultés engendrées par la portée géographique	129
3.	L'incertitude des motifs légitimes	131
B.	Analyse graduelle des motifs légitimes : de la seconde main à l'upcycling	132
1.	La seconde main	132
2.	Le reconditionnement en vue de la réutilisation de contenants	134
3.	La réparation	136
4.	L'upcycling	139
III.	Solutions de sauvetage en faveur de l'économie circulaire	143
A.	Revendication du droit fondamental à la protection de l'environnement	144
B.	Repenser l'interprétation des dispositions actuelles	146
1.	L'absence d'atteinte en cas de « debranding »	146
2.	L'assouplissement de l'exception de référence	147
3.	Le recadrage des motifs légitimes du principe de l'épuisement	148
4.	La protection de l'environnement comme « juste motif »	150
C.	Vers une redéfinition de l'indispensable devoir de loyauté	151
	Conclusion	154

<b>Qui se cache derrière ce nom de domaine?</b>	157
Diégo NOESEN	
Introduction	157
I. Contexte historique	158
A. Situation avant 2018 : Philosophie de l'ouverture et de la transparence	158
1. Bref rappel de la structure technique des noms de domaine	158
2. Le rôle de l'ICANN, des registres et des bureaux d'enregistrement	159
3. L'accès aux coordonnées du titulaire d'un nom de domaine jusqu'en 2018	160
B. Le RGPD et son impact sur l'accessibilité des données	161
1. La réaction disproportionnée de l'ICANN	161
2. Impact de la Mesure Temporaire	162
3. Lenteur du « rééquilibrage » de l'ICANN	162
C. La réponse de l'Union européenne	165
II. Que prévoit la directive SRI 2 ?	166
A. Objectif général et champ d'application de la directive	166
B. Objectif relatif aux données d'enregistrement de noms de domaine	166
C. Article 28 de la directive SRI 2	167
III. Transposition de la directive SRI 2	169
A. Transposition en Belgique	169
B. Situation dans les autres États membres	171
IV. Impact de la législation sur la lutte contre les atteintes aux droits intellectuels en ligne	172
A. Un pas dans la bonne direction...	172
B. ... mais il y a encore du travail	173
1. Clarification	173
2. Harmonisation	174
Conclusion	175

**Peut-on encore être original en 2026?** 177

Florence MARGENAT

Avant-propos	177
I. Rappel des critères dégagés par la jurisprudence	178
A. L'approche belgo-française classique de l'originalité	179
B. Tentatives d'évolution vers un critère quantitatif	180
C. L'harmonisation européenne	181
D. Tendances contemporaines	183
II. Analyse des critères de protection	184
A. Œuvres architecturales et de design	188
B. Photographie	189
C. Graphisme	190
D. Œuvres informatiques	190
E. Réseaux sociaux	191
F. Art contemporain	193
Conclusion	194

**Les relations complexes entre la liberté d'expression et les droits intellectuels** 197

Nicolas ROLAND

Introduction	197
I. Les libertés fondamentales que sont la liberté d'expression et la propriété intellectuelle	198
A. La liberté d'expression est une pierre angulaire de la Convention	198
1. Ce que recouvre la « liberté d'expression »	198
2. Il s'agit là d'une obligation « positive » pour l'État concerné	199
3. Cette liberté, toutefois, n'est pas sans limites	200
B. La consécration progressive des droits intellectuels comme « liberté fondamentale »	200
1. Les ferments de leur reconnaissance	200
2. Une reconnaissance tardive et graduelle	201
3. Existe-t-il (aussi) une obligation positive à charge de l'État de protéger un droit intellectuel?	204
4. Ici non plus, cette liberté n'est pas sans limites	206

---

II.	Les « tensions » entre la liberté d’expression et les droits intellectuels	206
A.	Au niveau de la CEDH : la jurisprudence sur un conflit direct est assez maigre	207
1.	L’affaire <i>Ashby Donald</i>	207
2.	L’affaire <i>The Pirate Bay</i>	209
B.	Au niveau de la CJUE : la liberté d’expression ne peut pas servir de « passe-droit » au-delà des exceptions légales du droit d’auteur	210
C.	Au niveau belge : le droit de propriété intellectuelle « l’emporte » également	212
III.	Qu’en retenir pour le praticien ?	215
	En conclusion. Deux libertés en équilibre : pas à pas vers une jurisprudence éclairée	216



