

● La FFR obtient la condamnation de la société Royaltiz pour parasitisme

TJ Paris, 6 janv. 2026, n° 23/08148

Le tribunal judiciaire de Paris a retenu, au début de l'année 2026, que la société Royaltiz avait indûment capitalisé sur l'exposition médiatique du XV de France et de la Fédération française de rugby à l'occasion du Tournoi des Six Nations 2022. En orchestrant sa communication commerciale au rythme de la compétition et en reprenant de nombreux contenus liés à l'équipe nationale, la plateforme s'est placée dans le sillage de la FFR afin de bénéficier de son attractivité sans engager d'efforts promotionnels comparables. Les juges y voient un comportement parasitaire. En revanche, ils n'ont pas accordé à la fédération l'indemnisation qu'elle réclamait.

L'affaire trouve son origine dans une campagne lancée au tout début du mois de février 2022, quelques jours avant l'ouverture du Tournoi des Six Nations. Royaltiz, dont le modèle économique repose sur la valorisation de personnalités présentées comme des « talents », avait alors mis en avant plusieurs internationaux français nouvellement référencés sur sa plateforme. Les internautes étaient invités à miser sur leur popularité et leur potentiel par l'acquisition de tokens, tandis que la société multipliait les messages présentant ces joueurs comme des figures à suivre pendant la compétition.

La communication déployée ne s'est pas limitée à cette annonce initiale. Tout au long du tournoi, entre février et mars 2022, Royaltiz a alimenté ses comptes avec des publications et repartages de contenus provenant notamment de joueurs du XV de France, de médias spécialisés ou encore de la FFR elle-même. L'ensemble s'inscrivait dans une logique de synchronisation avec les temps forts sportifs du calendrier, la société cherchant manifestement à profiter de l'élan suscité par les performances de l'équipe de France.

Considérant que cette stratégie revenait à exploiter sa visibilité et celle de l'équipe nationale à des fins commerciales, la FFR avait d'abord demandé à Royaltiz d'y mettre fin. Faute de réponse satisfaisante, elle avait saisi le tribunal pour faire cesser l'utilisation, sans autorisation, de ses signes distinctifs, de l'image collective du XV de France et des visuels liés aux compétitions qu'elle organise. Elle sollicitait également la suppression des contenus concernés, ainsi que la réparation d'un préjudice économique qu'elle évaluait à 280 000 €. La fédération soutenait en outre que Royaltiz avait porté atteinte à son droit exclusif d'exploitation sur les rencontres organisées en France dans le cadre du Tournoi des Six Nations.

Le tribunal commence par accueillir partiellement cette dernière argumentation. Il relève qu'une publication diffusée sur LinkedIn le 20 mars 2022 utilisait, dans un cadre promotionnel, une photographie prise lors de la rencontre France-Angleterre du 19 mars au Stade de France, à l'issue de laquelle les Bleus avaient reçu le trophée. Les juges considèrent que l'usage de cette image, sans autorisation de la fédération organisatrice, était fautif.

Mais c'est surtout sur le terrain du parasitisme que la décision présente son principal intérêt. Les juges retiennent que Royaltiz a déployé une communication méthodique autour du tournoi en diffusant, au fil des matchs, plusieurs dizaines de messages - tweets, retweets et contenus sponsorisés - valorisant l'équipe de France et certains de ses joueurs tout en reprenant des éléments identifiants de l'univers fédéral, tels que les logos ou la mention « XV de France ». Pour le tribunal,

cette démarche ne relevait pas d'une simple prise de parole autour d'un événement sportif d'actualité, elle procédait d'une volonté assumée de tirer avantage de la renommée de la FFR et de l'équipe nationale afin de soutenir le lancement commercial de nouveaux produits.

Le jugement souligne à cet égard qu'une entreprise qui relaie un contenu sur un réseau social demeure responsable de sa diffusion, même lorsqu'elle n'en est pas l'auteur initial. Il écarte également l'argument consistant à invoquer la liberté d'expression ou l'information du public sur l'actualité sportive. Selon les magistrats, Royaltiz n'était pas dans une logique d'information désintéressée, mais dans une stratégie promotionnelle pensée pour profiter d'un événement très exposé et de l'image attachée au rugby international français.

En conséquence, la société est condamnée à retirer les publications litigieuses. Pour autant, la FFR n'obtient pas gain de cause sur toute la ligne. Sa demande indemnitaire est rejetée, le tribunal estimant que les éléments produits ne permettaient pas de démontrer de façon suffisamment précise l'existence d'un manque à gagner chiffrable. L'idée selon laquelle ces contenus auraient pu faire l'objet d'un partenariat rémunéré avec la fédération n'a pas suffi à caractériser un préjudice économique certain. De la même manière, la demande tendant à faire interdire, pour l'avenir, toute publication parasitaire sous astreinte n'est pas accueillie, les juges considérant qu'une telle appréciation ne saurait être abandonnée à la seule initiative du demandeur.

Cette décision illustre ainsi la vigilance croissante des juridictions face aux stratégies de communication qui cherchent à capter, sans autorisation, la valeur économique créée par un événement sportif ou par les acteurs qui l'organisent. Elle rappelle également que l'activité sur les réseaux sociaux, même lorsqu'elle repose en partie sur le partage de contenus existants, peut engager pleinement la responsabilité de son auteur lorsqu'elle s'inscrit dans une logique d'appropriation opportuniste de la notoriété d'autrui.

François Lhospitalier (Of Counsel - Economie du sport) – BCTG Avocats