

**COUR DE JUSTICE DE L'UNION EUROPÉENNE, 22 décembre 2022, aff. C-148/21  
et C-184/21, Louboutin c/ Amazon**

**MOTS CLÉS** : renvoi préjudiciel – marque de l'union européenne – contrefaçon – usage de signe identique à une marque – plateforme en ligne – place de marché

*La cour de justice de l'Union européenne vient réaffirmer la responsabilité des plateformes de vente en ligne au sujet de produits contrefaisants annoncés sur leurs sites. En accroissant la responsabilité d'Amazon qui participe à la promotion et à la distribution de produits violant des droits de propriété intellectuelle, la décision semble s'inscrire dans la lutte contre le nouveau fléau de la contrefaçon en ligne.*

**FAITS** : Le créateur français de luxe Christian Louboutin dont ses célèbres talons hauts à semelle rouge sont enregistrés en tant que marque Benelux mais aussi depuis le 10 mai 2016 en tant que marque de l'Union européenne voit régulièrement des annonces sur le site Amazon relatives à ces fameuses chaussures alors que cette mise en circulation a été faite sans son consentement.

**PROCÉDURE** : Le 19 septembre 2019, M. Louboutin introduit une action en contrefaçon de sa marque à l'encontre d'Amazon au sujet de l'usage de signes identiques et de produits similaires à sa marque de l'Union européenne dont il est titulaire et sans son consentement. Louboutin se fonde sur l'article 9, paragraphe 2 du Règlement européen 2017/1001 et considère qu'Amazon ne peut être considéré comme un simple hébergeur au rôle passif alors qu'il apporte une aide significative aux vendeurs tiers dans l'optimisation et la présentation de leurs offres. Amazon se défend en arguant que cet usage ne peut lui être imputable au sens qu'il est seulement une place de marché, comme l'a retenu la Cour au sujet de la société eBay au préalable. Le tribunal d'arrondissement de Luxembourg décide de surseoir à statuer et de poser trois questions préjudicielles à la Cour selon la possibilité qui lui en est faite par l'article 267 du TFUE au sujet de l'interprétation de l'article 9 Paragraphe 2 du règlement 2017/1001.

**PROBLÈME DE DROIT** : Peut-on alors considérer qu'Amazon fasse un usage des produits en intégrant les annonces de vendeurs tiers présentant le signe contrefaisant dans sa propre communication commerciale ?

**SOLUTION** : La Cour retient qu'Amazon fait usage des signes contrefaisants dès lors que l'utilisateur, c'est-à-dire normalement informé et raisonnablement attentif considère que ces produits de la marque contrefaite sont le fruit d'une commercialisation en son nom et pour son compte.

## NOTE :

### **Le refus de considérer Amazon comme une simple place de marché, intermédiaire neutre à la vente de produits contrefaisants**

L'article 9, Paragraphe 2 du Règlement 2017/1001 précise que le titulaire d'une marque de l'Union européenne a le droit d'interdire tout usage d'un signe identique à sa marque pour les produits et services déposés, dans la vie des affaires. Toutefois, aucune définition légale de la notion de « faire usage » n'est explicitée, la jurisprudence l'entend comme « *un comportement actif et une maîtrise directe ou indirecte de l'acte constituant l'usage* ».

Amazon, en l'espèce, plaide que les produits contrefaisants Louboutin proposés sur sa plateforme sont le fruit de la vente de tiers, se positionnant en tant que simple hébergeur, d'intermédiaire neutre à cette vente. Or, Amazon présente l'ensemble des annonces de manière uniforme sur son site apposé de son propre logo et l'exploitant va plus loin en proposant des services supplémentaires aux vendeurs tiers telles que la gestion de la livraison ou encore le stockage des marchandises.

Sa défense qui invoque les arrêts précédents rendus au sujet d'eBay comme simple place de marché et par conséquent irresponsable pour l'usage d'une signe identique à la marque en cause « *par les vendeurs tiers ayant recours à sa place de marché en ligne* » est écartée. En effet, le comportement d'Amazon ne peut être assimilé à une simple place de marché comme le serait Rakuten ou eBay qui n'exercent aucune activité de vente de produits et se bornent à référencer des annonces de vendeurs tiers. Le géant joue un véritable rôle actif dans l'usage du signe litigieux, par son modèle commercial « hybride » consistant à

l'intégration d'annonces de vendeurs tiers dans sa propre communication commerciale.

### **La perception de l'utilisateur « normalement informé et raisonnablement attentif » comme élément essentiel de l'appréciation de la « communication commerciale »**

La Cour retient comme condition de responsabilité d'un exploitant d'un site Internet de vente en ligne dans le cas où des produits contrefaisants le signe distinctif d'une marque sont proposés par des vendeurs tiers, que « *l'utilisateur normalement informé et raisonnablement attentif de ce site établit un lien entre les services de cet exploitant et le signe en question* ». En interprétant le droit européen, la CJUE laisse à la juridiction nationale d'apprécier au cas par cas en se fondant sur le critère établi.

La cour insiste sur le fait que les annonces de produits frauduleux en cause font entièrement partie de la « *communication commerciale* » du géant Amazon qui induit que le signe identique à la marque apparaisse aux yeux des tiers comme une partie intégrante de l'activité de l'entreprise.

Cette décision rendue en grande chambre se dessine en faveur d'une responsabilité d'Amazon pour l'usage de la marque Louboutin, et confirme la position européenne dans la lutte contre la contrefaçon en ligne.

## **BONNEFOY Marion**

Master 2, Droit de la création artistique et numérique

AIX-MARSEILLE UNIVERSITÉ – IREDIC 2023 – LID2MS