

COUR D'APPEL DE PARIS - PÔLE 5 - CHAMBRE 1 - 16 OCTOBRE 2024 - n° 120/2024

MOTS CLEFS : parasitisme - codes identitaires - similarité - profit illégitime - mode - luxe

Depuis l'essor de la fast fashion, la « dupe culture » s'est fortement répandue au sein du marché. En ce sens, un dupe est un article financièrement abordable et présentant une extrême similitude avec un produit haut de gamme. Cette culture semble être une aubaine pour les marques grand public. Néanmoins, les imitations de produits de luxe posent de nombreuses problématiques, notamment aux grandes maisons. De cette pratique, peuvent résulter des actes préjudiciables. C'est pourquoi celle-ci peut légitimement être condamnée afin de protéger la réputation et les droits des marques face à des pratiques parasitaires.

Faits : Une société, propriétaire de la marque Jonak, est principalement dédiée à la conception, à la production et à la distribution de chaussures pour femmes. Elle a mis sur le marché divers modèles de souliers bicolores ainsi qu'une sandale avec une chaîne entrelacée de cuir. Ces modèles sont similaires à certains articles et accessoires emblématiques et précédemment commercialisés par une autre société spécialisée dans la haute couture et les accessoires de luxe, à savoir, Chanel.

Procédure : Après diverses et vaines mise en demeure, visant à cesser la commercialisation des produits susmentionnés, la société de luxe assigne Jonak en justice sur le fondement du parasitisme. Par jugement du 17 octobre 2022, le tribunal de commerce de Paris a uniquement reconnu le parasitisme pour le modèle de sandale et a condamné la société défenderesse à verser 17 500 euros de dommages et intérêts à la société demanderesse. Le juge du fond a également ordonné de mettre fin à la commercialisation et de retirer des circuits de distribution ledit modèle pour destruction, sous astreinte de 1000 euros par jour de retard, avec un délai de quinze jours pour se conformer. La société demanderesse a été déboutée pour ses demandes relatives aux cinq autres souliers bicolores.

La société lésée a interjeté appel et demande notamment d'étendre la reconnaissance du parasitisme et les sanctions aux cinq autres souliers imités. La partie demanderesse argue que la similarité des souliers des deux marques permettrait à Jonak de profiter indûment des investissements, de la notoriété et de l'image de la maison Chanel. Cette dernière ajoute que tout cela banaliserait ces modèles emblématiques depuis 2015 (malgré leur création en 1957). En outre, Chanel soutient alors que cette inspiration porterait atteinte à ses codes distinctifs et identitaires.

Problème de droit : Est-ce que la société Jonak a commis des actes parasitaires en exploitant l'image de Chanel et en commercialisant des souliers relativement similaires qui reprennent les codes esthétiques de certains articles précédemment conçus et commercialisés par la société Chanel?

Solution : Par son arrêt du 16 octobre 2024, la première chambre de la Cour d'appel de Paris infirme partiellement le jugement de première instance et étend la reconnaissance du parasitisme à deux des cinq modèles de souliers bicolores.

La cour reconnaît le parasitisme notamment au regard de la reprise par Jonak des codes esthétiques des souliers conçus et commercialisés par Chanel et de l'exploitation de l'image de la maison de luxe.

Après avoir approximativement estimé la marge réalisée par la commercialisation desdits souliers, la cour condamne Jonak au versement de 150 000 euros pour préjudice économique à la société lésée. Le juge du fond reconnaît également une dilution du caractère attractif des souliers Chanel et condamne Jonak au versement de 30 000 euros au titre du préjudice moral.

Les demandes relatives aux trois autres souliers et à la publication de l'arrêt sont néanmoins rejetées.

SOURCES:

- Article 1240 du Code civil
- Article 7 de la loi des 2 et 17 mars 1791
- <https://www.labase-lextenso.fr/ouvrage/>
- Cass. com. 26 janvier 1999 n° 96-22.457

NOTE :

Afin de reconnaître les actes parasitaires de la société Jonak, les juges, en se fondant sur l'article 1240 du Code civil, rappellent les conditions justifiant l'action en parasitisme.

En ce sens, le parasitisme est régulièrement défini par la Cour de cassation comme étant : « l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit sans rien dépenser de ses efforts et de son savoir-faire ».

I. L'application stricte des critères du parasitisme

Afin d'être caractérisés, les actes parasitaires doivent conférer un avantage concurrentiel à leur auteur. Ces actes doivent également découler de l'existence d'une valeur économique individualisée, d'un travail intellectuel, du profit d'une notoriété et des investissements de la société lésée. Les juges rappellent que la charge de la preuve incombe à la société qui se prétend victime.

La preuve du parasitisme semble complexe, car elle nécessite une démonstration claire et précise des éléments constitutifs. Toutefois, Chanel parvient à démontrer le parasitisme. Pour cela, elle crée un lien de causalité entre la similarité des souliers des deux sociétés, et le préjudice subi par Chanel.

La cour d'appel adopte une approche stricte en ne reconnaissant que trois souliers comme litigieux. Le juge du fond n'admet donc la valeur économique individualisée, critère clé du parasitisme, que pour trois de ces souliers. Malgré l'inspiration indéniable des six souliers, la rigidité de l'appréciation des preuves pour qualifier les actes parasitaires, démontre la volonté de ne pas porter abusivement atteinte à la liberté d'entreprendre de Jonak.

En l'espèce, il est à juste titre rappelé que les couleurs beige et noire ne sont pas en elles-mêmes appropriables. Ici, la cour relève que la reprise volontaire des codes identitaires de la maison Chanel crée une confusion chez les consommateurs moyens.

Ces derniers pourraient ainsi ne pas distinguer clairement les souliers Jonak des souliers Chanel, causant un réel préjudice à la maison de luxe, qui voit son travail créatif et intellectuel injustement exploité par Jonak.

Au-delà des similitudes visuelles, la cour souligne également que Jonak a tiré profit de l'image de Chanel.

II. L'exploitation de l'image de Chanel comme élément constitutif du profit indu

La Cour d'appel de Paris précise que, pour retenir la qualification du parasitisme, il est nécessaire que Jonak ait indûment tiré profit de la notoriété de Chanel. Il convient de souligner que les créations de mode ne sont pas les seules à requérir un travail sérieux : l'image et la notoriété d'une marque ne peuvent perdurer qu'avec une activité constante. Dès lors, le juge d'appel met en évidence l'importance symbolique de la marque.

Dans le présent arrêt, le juge du fond reconnaît aisément que Jonak a sciemment agi aux fins de bénéficier de l'image de Chanel.

La société parasitaire a notamment mené une campagne de communication sur les réseaux sociaux en associant ses propres produits à ceux de Chanel. Effectivement, les campagnes publicitaires sur TikTok et Instagram de Jonak s'inspiraient de l'univers Chanel.

Cela a renforcé l'effet recherché par Jonak puisque les internautes ont naturellement effectué le même rapprochement en assimilant ou comparant les produits des deux marques.

Les agissements de Jonak paraissent réellement immoraux et semblent être un moyen de détourner la loi en s'approchant des limites de la contrefaçon.

Dès lors, après avoir reconnu ces différentes atteintes délibérément commises, le rejet de la demande de publication de la décision soulève des interrogations. La cour estime que le préjudice est suffisamment réparé.

Pour autant, ce type de litiges, liés à l'imitation de produits à moindre coût, se prolifère. Ainsi, au regard de cette prolifération et des actes parasitaires, la publication de la décision aurait permis de réparer davantage l'atteinte à l'image de la marque. Par ailleurs, le cumul des sanctions aurait constitué un avertissement fort face à la prolifération des pratiques de « dupes ».

III. La justification rigoureuse de l'arrêt au regard de l'équilibre entre la liberté du commerce et de l'industrie et la protection des marques.

Le juge du fond précise qu'il apprécie les actes parasitaires au regard de la liberté de commerce. Cette mise en balance semble fondamentale. Effectivement, ce principe protège la liberté d'entreprendre, d'exploiter et de concurrencer.

Dès lors, il paraît indispensable de préciser que les juges du fond ne reprochent pas à Jonak de s'être inspiré d'une tendance, ce qui constitue une pratique légitime. En revanche, la Cour d'appel de Paris condamne la reproduction presque à l'identique d'un article, en tirant indûment profit du travail de Chanel.

De cette manière, les juges ont procédé à une analyse in concreto, en analysant les faits d'espèce au regard de l'infraction invoquée, le parasitisme économique, réprimé par l'article 1240 du Code civil. Cette analyse a permis de confronter le préjudice subi par Chanel, à la protection des marques et de la liberté de commerce, pour parvenir à une décision équitable.

En ce sens, la cour a rigoureusement reconnu la diminution de l'attractivité des produits Chanel. Ainsi, en l'espèce, les dupes engendrent la banalisation des articles de luxe, la confusion dans l'esprit des consommateurs, la perte de profit et l'exploitation de l'image de Chanel.

Par conséquent, la décision est cohérente, solidement motivée et ne laisse pas penser à une quelconque atteinte au principe de la liberté du commerce et de l'industrie. Ce dernier ne saurait prévaloir au détriment de la protection légitime des marques.

Solène Chachura
Master 2 Droit des industries
culturelles et créatives - 2024
AMU - Faculté de droit