

**COUR DE JUSTICE DE L'UNION EUROPÉENNE – 2 AVRIL 2020 AFFAIRE C-567/18, COTY
GERMANY GMBH / AMAZON**

MOTS CLEFS : Marketplace ; plateforme numérique ; contrefaçon ; marque ; vêtements ; responsabilité ; Directive e-commerce ; rôle actif ; stockage ; expédition ; Digital Services Act ; obligation de diligence ; L'Oréal / eBay ; Louboutin / Amazon ; traçabilité des vendeurs ; commerce électronique.

*Alors que la **Directive e-commerce** (Directive 2000/31/CE) garantit un régime d'exonération aux hébergeurs pour les contenus illicites de tiers s'ils n'adoptent pas un **rôle actif**, la Cour de Justice de l'Union Européenne est, par le présent arrêt, confrontée à la demande d'une société de produits de luxe (Coty) visant à engager la responsabilité d'une plateforme (Amazon). La difficulté réside dans le fait qu'Amazon ne se limite pas à l'hébergement, mais fournit des **services logistiques intégrés** (« Fulfillment by Amazon ») pour des produits contrefaisants vendus par des tiers. Il s'agit alors de déterminer si le simple fait de **stocker et d'expédier** des produits contrefaisants constitue un « **usage** » **autonome de la marque** par la plateforme, faisant basculer son rôle de passif à actif, ou si son activité logistique demeure neutre et purement technique, la maintenant sous le bénéfice de l'immunité légale.*

FAITS : La société Coty Germany GmbH, titulaire de plusieurs marques de produits de luxe, constate la commercialisation de produits contrefaisants par l'intermédiaire de vendeurs tiers opérant via la plateforme Amazon Marketplace. Dans le cadre du service « Fulfillment by Amazon », Amazon stocke, emballe et expédie des produits appartenant à ces vendeurs.

Bien que l'affaire porte sur des parfums, la situation est représentative des problématiques rencontrées dans le secteur de la mode et des vêtements : la vente en ligne facilite largement la diffusion de produits contrefaits, souvent placés dans des circuits logistiques intégrés fournis par les marketplaces.

Coty engage alors une action au motif qu'Amazon doit être assimilée à un acteur ayant effectué un usage autonome de la marque, dès lors qu'elle assure matériellement la circulation des produits contrefaisants.

PROCEDURE : L'affaire est portée devant les juridictions allemandes. Le litige opposant Coty Germany GmbH à Amazon Services Europe Sàrl et Amazon FC Graben GmbH (qui gère l'entrepôt) est transmis par le **Bundesgerichtshof** (Cour fédérale de justice, Allemagne) à la CJUE sous forme de **question préjudicielle**. La juridiction allemande interroge la Cour sur l'interprétation de l'article 9 du Règlement sur la marque de l'Union européenne afin de déterminer si l'entreposage pour un tiers, sans connaissance de la contrefaçon, constitue une « détention » aux fins de l'offre ou de la mise dans le commerce.

PROBLEME DE DROIT : Une marketplace qui stocke, prépare et expédie des produits contrefaisants proposés par des vendeurs tiers peut-elle être considérée comme réalisant un usage autonome de la marque, engageant ainsi sa responsabilité au titre de la contrefaçon ?



SOLUTION : La Cour répond par la négative.

Le seul fait, pour Amazon, de stocker ou d'expédier des produits ne constitue pas un usage autonome de la marque contrefaisante. L'activité logistique, exercée pour le compte du vendeur tiers, ne traduit pas une volonté propre d'utiliser la marque dans la vie des affaires.

Cependant, la CJUE précise un point essentiel : une plateforme peut engager sa responsabilité lorsqu'elle adopte un rôle actif, c'est-à-dire lorsqu'elle intervient dans la présentation, la promotion ou l'organisation de la vente de manière telle qu'elle paraît s'approprier l'offre.

Cette analyse sera renforcée ultérieurement par :

- CJUE, 22 décembre 2022, Louboutin / Amazon (C-148/21 et C-184/21) ;
- CJUE, 12 juillet 2011, L'Oréal / eBay (C-324/09).

SOURCES :

- CJUE, 2 avril 2020, Coty Germany GmbH / Amazon, aff. C-567/18.
- CJUE, 22 déc. 2022, Louboutin / Amazon, aff. C-148/21 et C-184/21.
- CJUE, 12 juill. 2011, L'Oréal / eBay, aff. C-324/09.
- Directive 2000/31/CE relative au commerce électronique.
- Règlement (UE) 2017/1001 sur la marque de l'Union européenne.
- Règlement (UE) 2022/2065, Digital Services Act.
- Rapports EUIPO, INPI et OCDE sur la contrefaçon textile (2023-2025).
- Doctrine : Yann Basire, Stéphanie Le Cam, Denis Waelbroeck ; analyses CEIPI et Dreyfus Global IP.



NOTE :**Une décision structurante pour la compréhension de la responsabilité des marketplaces dans la contrefaçon textile**

L'arrêt Coty/Amazon constitue une décision de principe dans l'appréciation du rôle des plateformes en matière de contrefaçon. La CJUE y pose un modèle d'équilibre entre la neutralité technique, nécessaire au développement du commerce en ligne, et la protection des titulaires de droits de marque, particulièrement vulnérable dans les secteurs à forte circulation de copies comme celui du vêtement.

I. Une décision protectrice de la neutralité des plateformes : la consécration du rôle logistique passif**A. L'absence d'usage autonome de la marque par la simple manipulation matérielle des produits**

La CJUE rappelle que l'usage de la marque suppose une implication directe dans la communication commerciale. Cet usage implique que l'acteur :

- appose la marque sur le produit ;
- offre le produit ;
- ou utilise la marque dans le cadre de sa propre stratégie commerciale.

Or, Amazon se limite, en apparence, à fournir un soutien logistique : elle stocke les marchandises, les emballe et les expédie, mais elle ne choisit ni la description des articles, ni leur prix, ni leur présentation commerciale. Il n'y a pas, selon la Cour, d'appropriation de l'avantage économique attaché à la marque.

B. L'application stricte du régime d'exonération de la directive e-commerce

L'article 14 de la directive 2000/31/CE offre une immunité aux hébergeurs qui n'interviennent pas activement dans le contenu qu'ils stockent. Cette approche est reprise dans Coty/Amazon : la neutralité logistique d'Amazon lui permet de bénéficier de cette exonération.

La Cour refuse ainsi d'assimiler le stockage de produits contrefaisants à un comportement illicite autonome. Cela garantit un certain équilibre économique, en préservant les plateformes de charges disproportionnées à l'égard des activités de tiers.

II. Une décision incitant à une responsabilité accrue : le rôle actif et la mutation du cadre juridique avec le Digital Services Act**A. Le rôle actif : critère décisif de basculement vers la responsabilité**

La CJUE ne se limite pas à reconnaître la neutralité. Elle rappelle que celle-ci cède dès lors que la plateforme adopte un rôle actif. Ce rôle peut se manifester lorsque la marketplace :

- optimise la présentation des produits ;
- assure une promotion spécifique ;
- intègre les annonces des vendeurs dans sa communication commerciale propre ;
- organise la vente de manière uniforme en donnant l'apparence d'être le vendeur véritable.

Ce raisonnement sera pleinement développé dans l'affaire Louboutin/Amazon, où la plateforme est considérée comme pouvant « utiliser » la marque lorsque les annonces des tiers sont présentées comme un prolongement de son propre modèle commercial.

B. L'impact du Digital Services Act : vers une co-responsabilité des plateformes dans la lutte contre la contrefaçon

Depuis 2024, le Digital Services Act (DSA) impose aux plateformes :

- une obligation de vérification de l'identité des vendeurs (KYBC) ;
- un devoir de retrait rapide des contenus illicites ;
- la suspension obligatoire des vendeurs récidivistes ;
- des obligations de transparence ;
- des audits réguliers pour les très grandes plateformes.



Ce cadre dépasse largement la logique passive/active héritée de la directive e-commerce. Les marketplaces deviennent juridiquement tenues de démontrer leur diligence dans la lutte contre la contrefaçon de vêtements et d'accessoires.

Ainsi, l'arrêt Coty/Amazon constitue le socle d'interprétation nécessaire à l'entrée dans un régime plus exigeant, fondé sur la prévention et la coopération.

CONCLUSION

L'arrêt Coty/Amazon établit une articulation essentielle entre la neutralité logistique des plateformes et leur responsabilité potentielle en cas d'intervention active dans le processus de vente. Il protège les marketplaces lorsque leur activité est réellement technique, mais ouvre la voie à une responsabilisation accrue lorsque leur implication dépasse cette neutralité.

Avec l'entrée en vigueur du Digital Services Act, la portée de cette jurisprudence est renforcée : la lutte contre la contrefaçon, notamment dans le secteur très sensible du vêtement, repose désormais sur une coopération renforcée entre titulaires de droits et plateformes. Le droit européen se dirige progressivement vers une co-responsabilité adaptée aux modèles économiques contemporains.

Aissaoui Heddy

Master 2 Droit des médias et des télécommunications
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2025



ARRET :**Arrêt de la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE)**

CJUE (Cinquième chambre), 2 avril 2020, Affaire C-567/18, Coty Germany GmbH c/ Amazon Services Europe Sàrl et a.

Sur la demande de décision préjudicielle formée par le **Bundesgerichtshof** (Cour fédérale de justice, Allemagne), par décision du 26 juillet 2018, dans la procédure opposant **Coty Germany GmbH**, titulaire d'une licence sur la marque de l'Union européenne **DAVIDOFF**, à **Amazon Services Europe Sàrl** et **Amazon FC Graben GmbH**;

LA COUR, en l'audience publique du 19 septembre 2019.

Sur la question préjudicielle : Vu l'article **9, paragraphe 2, sous b), du règlement (CE) n° 207/2009** et l'article **9, paragraphe 3, sous b), du règlement (UE) 2017/1001**, relatifs au droit exclusif conféré par la marque de l'Union européenne;

Attendu, selon la procédure, que Coty a commandé un flacon de parfum **Davidoff** offert à la vente par un vendeur tiers sur la place de marché d'Amazon et expédié par le groupe Amazon dans le cadre du programme « **Expédié par Amazon** ». Le parfum n'ayant pas fait l'objet d'un épuisement des droits pour l'Union, Coty a cherché à faire condamner les sociétés Amazon, notamment **Amazon FC Graben** (qui exploite l'entrepôt), à s'abstenir de détenir ou d'expédier ces produits.

Attendu que la juridiction de renvoi a posé la question de savoir si une personne qui stocke pour un tiers des produits portant atteinte à un droit de marque **sans avoir connaissance de cette atteinte** détient ces produits **aux fins de leur offre ou de leur mise sur le marché** au sens des règlements;

Attendu que pour répondre à cette question, la Cour rappelle que l'expression « **faire usage** » de la marque implique un

comportement actif, une maîtrise de l'acte et une utilisation du signe **dans le cadre de sa propre communication commerciale**. Que, par conséquent, pour que l'entreposage de produits contrefaisants puisse être qualifié d'« usage », l'opérateur économique qui effectue l'entreposage doit **poursuivre lui-même la finalité** d'offre de produits ou de leur mise dans le commerce. Qu'en l'occurrence, les parties défenderesses n'ont fait qu'entreposer, **seul le tiers** ayant l'intention d'offrir ou de mettre les produits sur le marché;

PAR CES MOTIFS : DIT POUR DROIT :

L'article 9, paragraphe 2, sous b), du règlement (CE) n° 207/2009 et l'article 9, paragraphe 3, sous b), du règlement 2017/1001 doivent être interprétés en ce sens qu'une personne qui entrepose pour un tiers des produits portant atteinte à un droit de marque **sans avoir connaissance de cette atteinte** doit être considérée comme **ne détenant pas** ces produits aux fins de leur offre ou de leur mise dans le commerce au sens de ces dispositions **si cette personne ne poursuit pas elle-même ces finalités**.

