

COUR DE JUSTICE DE L'UNION EUROPÉENNE – 2 AVRIL 2020 Affaire C-567/18, *Coty Germany GmbH / Amazon*

MOTS-CLÉS

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.

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.

PROCÉDURE

Saisie du litige, une juridiction allemande interroge la Cour de justice de l'Union européenne sur la question de savoir si une plateforme de commerce en ligne peut être considérée comme utilisant elle-même la marque, au sens du Règlement (UE) 2017/1001, lorsqu'elle stocke et expédie des produits contrefaisants proposés par des vendeurs tiers.

La décision revêt une importance doctrinale majeure, dans la mesure où les plateformes occupent une place centrale dans le commerce des vêtements et accessoires de mode, secteurs fortement touchés par la contrefaçon. Des plateformes telles que Amazon, Vinted, Shein, AliExpress ou Etsy sont directement concernées.

PROBLÈME 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* (affaires jointes C-148/21 et C-184/21) ;
 - CJUE, 12 juillet 2011, *L'Oréal / eBay* (C-324/09).
-

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.

Dans les litiges récents impliquant des plateformes telles que Vinted ou Shein, les juges nationaux s'appuient sur *Coty/Amazon* pour déterminer si la plateforme a fait preuve de la diligence exigée par le DSA.

Ainsi, l'arrêt *Coty/Amazon*, loin d'être dépassé, 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 plateforme . Le droit européen se dirige progressivement vers une co-responsabilité adaptée aux modèles économiques contemporains.

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.