



COMMUNIQUE DE PRESSE n° 96/22

Luxembourg, le 2 juin 2022

Conclusions de l'avocat général dans les affaires jointes C-148/21 et C-184/21 | Louboutin (Usage d'un signe contrefaisant sur un marché en ligne)

Vente en ligne d'escarpins Louboutin contrefaisants : selon l'avocat général Szpunar, la spécificité du mode de fonctionnement d'Amazon ne permet pas de conclure à l'usage d'un signe au sens du droit de l'Union

Bien qu'intégrant dans son offre un ensemble de services allant de la publication d'offres de vente à l'expédition des produits, cet intermédiaire de l'Internet ne peut être tenu directement responsable des atteintes aux droits de titulaires des marques ayant lieu sur sa plate-forme du fait d'offres de tiers

Le groupe Amazon est à la fois un distributeur renommé et l'exploitant d'une place de marché. À ce titre, Amazon publie sur son site de vente en ligne tant des annonces relatives à ses propres produits, qu'il vend et expédie en son nom, que des annonces émanant de vendeur tiers. En outre, Amazon offre aux vendeurs tiers des services complémentaires de stockage et d'expédition des produits mis en ligne sur sa plate-forme, en informant les acquéreurs potentiels qu'il sera en charge de ces activités.

M. Christian Louboutin est un créateur français de chaussures dont les produits les plus connus sont des escarpins pour femme à talons hauts. La semelle extérieure de couleur rouge, qui a fait leur renommée, est enregistrée en tant que marque de l'Union européenne et marque Benelux.

Sur les sites Amazon paraissent régulièrement des publicités relatives à des chaussures à semelles rouges, au sujet desquelles M. Louboutin affirme qu'elles concernent des produits dont la mise en circulation n'aurait pas fait l'objet de son consentement. Au moyen de deux recours introduits au Luxembourg (C-148/21) et en Belgique (C-184/21) contre Amazon, il fait valoir que cette plate-forme aurait fait usage d'un signe identique à la marque dont il est titulaire pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels la marque en question est enregistrée, et insiste notamment sur le fait que les publicités litigieuses font intégralement partie de la communication commerciale d'Amazon.

Dans un cadre d'analyse caractérisé par le mode de fonctionnement hybride d'Amazon, les deux juridictions de renvoi se posent notamment la question de savoir si l'exploitant d'une telle plate-forme de vente en ligne peut être tenu directement responsable de l'atteinte aux droits de titulaires d'une marque sur sa plate-forme. Cette question, contrairement à celle qui se rapporte à la responsabilité indirecte, fait l'objet d'un régime harmonisé en droit de l'Union¹.

Dans ses conclusions présentées ce jour, l'avocat général Maciej Szpunar apporte des précisions relatives à la notion d'« usage » de la marque par un intermédiaire opérant sur Internet, qu'il convient selon lui d'appliquer en adoptant la perception d'un utilisateur de la plate-forme en cause. Il rappelle à cet égard qu'il ressort de la jurisprudence

¹ Règlement (UE) n° 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1).

constante de la Cour que **l'acte d'usage par un intermédiaire de l'Internet** suppose, « à tout le moins, que ce dernier fasse une utilisation du signe **dans le cadre de sa propre communication commerciale** »².

L'avocat général considère que cette condition est satisfaite lorsque **le destinataire de cette communication établit un lien particulier entre l'intermédiaire et le signe en cause**, et ajoute qu'une telle condition doit être analysée du point de vue de **l'utilisateur de la plate-forme** en question, afin de pouvoir évaluer si le signe en question lui apparaît comme étant intégré à cette communication commerciale.

Selon lui, la perception d'un internaute utilisateur d'une plate-forme de vente en ligne normalement informé et raisonnablement attentif constitue un élément nécessaire à la détermination de l'utilisation d'un signe dans la communication commerciale de l'exploitant de cette plate-forme.

S'agissant par ailleurs de l'incidence du mode de fonctionnement d'Amazon quant à la reconnaissance de l'« usage » de la marque au sens du droit de l'Union, l'avocat général rappelle que la seule hypothèse visée est celle de la **responsabilité directe** de l'exploitant d'une plate-forme de vente en ligne, en ce qu'il aurait fait usage d'un signe identique à une marque. En outre, s'il indique que les offres de vendeurs tiers et celles d'Amazon sont présentées de manière uniforme et incluent toutes le logo d'Amazon, l'avocat général relève qu'il est **toujours spécifié, dans les annonces, si les produits sont vendus par des vendeurs tiers ou directement par Amazon**.

Ainsi, le simple fait que les annonces d'Amazon et celles de vendeurs tiers coexistent ne saurait conduire à ce qu'un internaute normalement informé et raisonnablement attentif puisse percevoir les signes affichés dans les annonces de vendeurs tiers **comme faisant partie intégrante de la communication commerciale d'Amazon**. Il en va de même en ce qui concerne les **services complémentaires d'assistance, de stockage et l'expédition de produits présentant un signe identique à une marque**, pour lesquels Amazon a également activement contribué à l'élaboration et la publication des offres de vente.

L'avocat général est d'avis que, dans ces conditions, l'exploitant d'une plate-forme en ligne tel qu'Amazon **ne fait pas usage d'un signe**.

RAPPEL : Les conclusions de l'avocat général ne lient pas la Cour de justice. La mission des avocats généraux consiste à proposer à la Cour, en toute indépendance, une solution juridique dans l'affaire dont ils sont chargés. Les juges de la Cour commencent, à présent, à délibérer dans cette affaire. L'arrêt sera rendu à une date ultérieure.

RAPPEL : Le renvoi préjudiciel permet aux juridictions des États membres, dans le cadre d'un litige dont elles sont saisies, d'interroger la Cour sur l'interprétation du droit de l'Union ou sur la validité d'un acte de l'Union. La Cour ne tranche pas le litige national. Il appartient à la juridiction nationale de résoudre l'affaire conformément à la décision de la Cour. Cette décision lie, de la même manière, les autres juridictions nationales qui seraient saisies d'un problème similaire.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas la Cour de justice.

Le [texte intégral](#) des conclusions est publié sur le site CURIA le jour de la lecture.

Contact presse : Amanda Nouvel ☎ (+352) 4303 2524.

Des images de la lecture des conclusions sont disponibles sur « [Europe by Satellite](#) » ☎ (+32) 2 2964106.

Restez connectés !

² Arrêts du 23 mars 2010, Google France et Google, [C-236/08 à C-238/08](#), point 56 (voir également communiqué de presse [n° 32/10](#)) ; du 12 juillet 2011, L'Oréal e.a., [C-324/09](#), point 102 (voir également communiqué de presse [n° 69/11](#)) ; du 2 avril 2020, Coty Germany, [C-567/18](#), point 39 (voir également communiqué de presse [n° 39/20](#)).

