



## COMMUNIQUE DE PRESSE n° 49/26

Luxembourg, le 26 mars 2026

Arrêt de la Cour dans l'affaire C-412/24 | Fauré Le Page

### **Maroquinerie de luxe : l'inclusion d'un nombre dans une marque, évoquant un héritage historique fictif, peut être considérée comme trompeuse pour le public**

*Lorsqu'un nombre inclus dans une marque évoque une année ancienne de création d'entreprise et ainsi une tradition ancienne qui ne correspond toutefois pas à la réalité, cela peut induire les consommateurs en erreur sur la qualité et le prestige des produits*

La société française Fauré Le Page Paris, créée en 2009, a acquis la marque « Fauré Le Page » et a ensuite déposé des marques comportant la mention « Fauré Le Page Paris 1717 » pour des produits de maroquinerie.

La société Goyard ST-Honoré, active dans le même secteur, a contesté ces marques devant les juridictions françaises. Selon elle, la mention « 1717 » suggère à tort l'existence d'une maison fondée au XVIII<sup>e</sup> siècle et la transmission d'un savoir-faire ancien. Or, l'entreprise historique Maison Fauré Le Page, spécialisée dans la vente d'armes et d'accessoires, a cessé son activité en 1992, tandis que Fauré Le Page Paris n'a été créée qu'en 2009.

Saisie du litige, la Cour de cassation française a demandé à la Cour de justice si une marque peut être considérée comme trompeuse au regard du droit de l'Union lorsqu'elle inclut un nombre susceptible d'être perçu par le public pertinent comme indiquant une année ancienne de création d'entreprise et évoque ainsi, du fait de cette ancienneté, un savoir-faire de longue date, alors même qu'un tel savoir-faire n'existe pas.

La Cour juge qu'une marque est susceptible de constituer une tromperie au sens du droit de l'Union lorsqu'elle inclut un nombre qui évoque un savoir-faire de longue date conférant un gage de qualité et une image de prestige aux produits pour lesquels cette marque est enregistrée, alors même qu'un savoir-faire d'une telle ampleur temporelle n'existe pas.

La Cour rappelle, à cet égard, que la disposition applicable <sup>1</sup> prohibe les marques « de nature à tromper le public » uniquement dans les cas de figure où la marque en cause est de nature à induire le public pertinent en erreur par rapport à une caractéristique des produits ou des services qu'elle désigne, telle que leur nature, leur qualité ou leur provenance géographique. Elle ajoute, en s'appuyant sur sa jurisprudence antérieure <sup>2</sup>, que, dans le domaine des articles de luxe, la qualité peut également résulter de l'allure et de l'image de prestige.

La Cour précise qu'il appartient au juge national d'apprécier concrètement, à la lumière de l'ensemble des circonstances de l'espèce et de la perception du public pertinent, si le nombre mentionné dans les marques en cause est perçu comme une année évoquant un savoir-faire de longue date, en examinant ces marques dans leur ensemble, en tenant compte, notamment, de la présence, en sus du nombre 1717, du terme « Paris » ainsi que du message que lesdites marques véhiculent.

**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 et le cas échéant, le résumé](#) de l'arrêt sont publiés sur le site CURIA le jour du prononcé.

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

Restez connectés !



<sup>1</sup> Article 3, paragraphe 1, sous g, de la [directive 2008/95/CE](#) du Parlement européen et du Conseil, du 22 octobre 2008. Cette directive n'est plus en vigueur et a été remplacée par la [directive \(UE\) 2015/2436](#) du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015, rapprochant les législations des États membres sur les marques. La directive 2008/95 reste toutefois applicable ratione temporis au litige dont ont été saisies la cour d'appel de Paris et la Cour de cassation.

<sup>2</sup> Voir arrêt de la Cour du 23 avril 2009, Copad, [C-59/08](#) (voir également le communiqué de presse [n° 35/09](#)).