

Copie de produits non protégés, imitation d'un produit, d'un emballage, d'une enseigne..., un moyen d'action efficace : l'action en parasitisme.

L'action en parasitisme ? efficace !



Nous avons vu dans un précédent article qu'un droit de propriété intellectuelle, et notamment le droit découlant de l'enregistrement d'une marque, confère à son titulaire des prérogatives extrêmement fortes, pour les produits ou services auxquels il est attaché, qui lui permettent de lutter efficacement contre toute atteinte portée à son droit de propriété, que cette atteinte soit portée de bonne ou mauvaise foi. Cela signifie-t-il qu'en l'absence de droit de propriété intellectuelle, une entreprise est désarmée et qu'il n'existe aucun moyen de lutter contre une atteinte portée par une autre entreprise, concurrente ou non, à ses produits ou services ? Non, bien entendu ! Une action en concurrence déloyale, fondée sur l'article 1382 du Code Civil¹, et plus précisément une action en

1- "Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé, à le réparer." L'article 1382 du Code civil est le fondement de l'action en responsabilité civile délictuelle.

La
 Cour d'appel
 considère que le
 simple fait de copier
 la prestation d'autrui ne
 constitue pas comme tel
 un acte de concurrence
 fautif, le principe étant
 qu'une prestation qui ne
 fait pas ou ne fait plus
 l'objet d'un droit de
 propriété intellectuelle
 peut être librement
 reproduite...

parasitisme (qui est une branche de la concurrence déloyale), peut être intentée à l'encontre de celui - concurrent ou non - qui viole les usages loyaux du commerce par exemple, en copiant un produit non protégé. Le parasitisme consiste dans le fait de vouloir tirer profit du travail, des efforts, des recherches, des investissements d'autrui. La doctrine le définit ainsi : "quiconque, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire sensiblement ou copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements commet un agissement parasitaire fautif. Car cet acte, contraire aux usages du commerce, notamment en ce qu'il rompt l'égalité entre les divers intervenants, même non concurrents, fausse le jeu du marché et provoque ainsi un trouble commercial. Celui-ci est en soi un préjudice certain dont la victime peut demander en justice la cessation et la réparation, s'il ne dispose pas d'une autre action spécifique."²

Si le nombre d'actions en parasitisme s'est développé de façon notable, la question se posait de savoir si celui qui ne pouvait pas ou ne pouvait plus (son droit étant venu à expiration) se prévaloir d'un droit privatif de propriété intellectuelle (marque, dessin et modèle, brevet, etc.), pouvait pour autant agir sur le fondement du parasitisme. Pour certains, à partir du moment où une faute est établie, soit par exemple quand un produit a été copié ou qu'il présente des similitudes troublantes avec celui d'une autre entreprise, le fabricant de ce produit peut agir en parasitisme même si son produit n'est pas protégé par une marque ou tout autre droit de propriété intellectuelle. Pour d'autres, très soucieux de ne pas entraver la liberté du commerce et de l'industrie, l'action en parasitisme ne peut être ouverte en l'absence de droit privatif dans la mesure où le fait de tirer profit, sans donner de contrepartie, du résultat de la recherche et donc des efforts intellectuels et financiers d'un autre, n'est pas fautif quand ce résultat n'est pas protégé. Plus simplement, un résultat non protégé ne saurait bénéficier, par un autre biais que celui du droit de la propriété intellectuelle, d'une protection qui serait équivalente.

Décathlon contre Go Sport

Cette position a été appuyée par la Cour d'appel de Paris, dans un arrêt du 18 octobre 2000, rendu sur renvoi après cassation, qui a considéré que "le simple fait de copier la prestation d'autrui ne constitue pas comme tel un acte de concurrence fautif, le principe étant qu'une prestation qui ne fait pas ou ne fait plus l'objet d'un droit de propriété intellectuelle peut être librement reproduite ; une telle reprise procure nécessairement à celui qui la pratique des économies qui ne sauraient, à elles seules, être tenues pour fautives." Cependant cette seconde solution, qui dénie aux entreprises non titulaires d'un droit de propriété intellectuelle le droit d'agir sur le fondement du parasitisme économique, a été vigoureusement contredite par la Cour de Cassation dans deux arrêts récents du 22 octobre 2002. Le premier cas opposait les sociétés Décathlon et Go sport, cette dernière ayant fait apposer sur la façade d'un centre commercial une enseigne, différente de son enseigne habituelle, com-

portant le nom de Go sport en lettres blanches sur fond bleu, le tout s'inscrivant dans un cadre rectangulaire.³ L'enseigne de la société Décathlon, se composant de lettres majuscules blanches sur un fond bleu, enseigne bien connue du public et constitutive d'un signe de ralliement pour ce dernier, la société Décathlon a estimé que la nouvelle enseigne de la société Go sport était une imitation de la sienne, ce qui était constitutif d'un acte de concurrence déloyale et parasitaire et qu'il devait dès lors être fait interdiction à la société Go sport d'utiliser le logo incriminé. La société Go sport rétorquait que l'action en concurrence déloyale et parasitaire, fondée sur l'imitation d'une enseigne, supposait que la société Décathlon puisse se prévaloir de la titularité d'un droit de propriété intellectuelle sur son enseigne, qui se devait en outre d'être distinctive pour être protégeable. La Cour de Cassation a écarté ces arguments de façon extrêmement claire et son message est très fort : "l'action en concurrence déloyale peut être intentée même par celui qui ne peut se prévaloir d'un droit privatif." La société Go sport a ainsi dû non seulement déposer l'enseigne comportant le nom Go sport en blanc écrit sur fond bleu mais en outre verser à la société Décathlon plus de 15.000 euros, à titre de dommages et intérêts.

Cartier contre Métro

Le second arrêt de la Cour de Cassation est tout aussi clair mais un peu plus charpenté. Cette affaire opposait la société Cartier à la société Métro, libre service de gros, et concernait non plus une enseigne mais la reproduction d'un modèle de montre.⁴ La société Cartier commercialise en effet depuis plus de 70 ans un modèle de montre vendu sous la dénomination "Tank". Or, à la fin de l'année 1995, la société Métro a diffusé un prospectus, sur lequel était reproduite une montre reprenant les caractéristiques de la montre "Tank", invitant ses clients lors de leur prochaine visite à s'en faire remettre gratuitement un exemplaire. La société Cartier jugeant le comportement de la société Métro fautif, a intenté à son encontre une action en réparation de son préjudice. La société Métro, se fondant sur le fait que la société Cartier ne disposait plus de droit privatif sur la montre "Tank", estimait quant à elle que n'était pas fautif le seul fait, pour une entreprise de

faire usage d'un modèle pouvant être considéré comme ressemblant à un modèle tombé dans le domaine public et ce, quelles que soient les sommes que les anciens titulaires des droits sur ce modèle continueraient à investir en connaissance de cause pour sa promotion. La Cour de Cassation a tout d'abord relevé que "l'objet copié est une montre de haute renommée, ayant un pouvoir attractif et prestigieux" pour décider : "l'offre faite par la société Métro à sa clientèle d'une copie servile de la montre Tank dans les conditions dénoncées porte manifestement atteinte à l'image de marque de cette montre qu'elle vulgarise et déprécie, la rabaisant au rang de simple "gadget publicitaire". (...) Un tel usage, en ce qu'il affectait l'image qualifiée de prestigieuse, d'un produit notoire et de marque, ne fût-il plus couvert par un droit privatif, était fautif." La société Métro a ainsi dû cesser d'offrir

les montres incriminées à ses clients, les montres restantes ayant en outre été confisquées ; elle a dû verser à la société Cartier une somme de 76.224 euros à titre de dommages et intérêts et la société Cartier a été de surcroît autorisée à faire publier l'arrêt de la Cour d'appel de Paris lui ayant donné gain de cause, cette réparation complémentaire n'étant pas systématiquement accordée. Si cet arrêt concerne un produit de luxe, de grande renommée, pour autant il ne saurait être considéré comme d'application étroite. En effet, avec une telle décision, la

La Cour de Cassation affirme, avec clarté, que le titulaire d'un droit de propriété intellectuelle venu à expiration peut intenter une action en parasitisme économique.

Cour de Cassation affirme, avec clarté, que le titulaire d'un droit de propriété intellectuelle venu à expiration peut intenter une action en parasitisme économique. S'il demeure qu'une action en contrefaçon d'un droit de propriété intellectuelle - et notamment d'une marque - peut paraître tout à la fois plus forte et plus simple à mener compte tenu de ce qu'elle comporte un certain automatisme quant au prononcé de la sanction, la simple démonstration d'un acte de contrefaçon entraînant la condamnation du contrefacteur ; le fondement juridique du parasitisme peut être un moyen d'action efficace contre les atteintes portées aux créations d'une entreprise qui ne peut pas ou plus revendiquer un droit de propriété intellectuelle. ■

2 - Pr. Le Tourneau

3 - Cour de Cassation, ch. com., 22 octobre 2002, Go sport / Décathlon

4 - Cour de Cassation, ch. com., 22 octobre 2002, Métro / Cartier