



Floriane CODEVELLE

Avocate associée – Cabinet Casalonga



Nathan AUDINET

Avocat – Cabinet Casalonga

→ RLDI 226-1

Pas de parasitisme sans intention : la reprise d'un concept ne suffit pas

Fondée sur l'article 1240 du Code civil, l'action en parasitisme – ou concurrence parasitaire – est une création prétorienne destinée à sanctionner celui qui tire indûment profit des efforts, du savoir-faire, de la notoriété ou encore des investissements d'un tiers. Contrairement à l'action en contrefaçon, l'action en parasitisme ne nécessite aucun titre de propriété intellectuelle. Elle se distingue également de l'action en concurrence déloyale, en ce qu'elle ne suppose pas la démonstration d'un risque de confusion⁽¹⁾.

Cass. com., 5 mars 2025 n° 23-21.157, publié au Bulletin

Par un arrêt du 5 mars 2025, publié au Bulletin, la Cour de cassation rappelle les conditions d'exercice de l'action en parasitisme, mais également que la seule reprise d'un concept ne suffit pas à caractériser une faute : encore faut-il démontrer que le défendeur s'est intentionnellement placé dans le sillage économique du demandeur. Cet arrêt s'inscrit dans la continuité de la construction jurisprudentielle en matière de parasitisme économique.

I. LES FAITS

La maison Van Cleef & Arpels, du groupe Richemont, commercialise depuis 1968 la collection de bijoux « Alhambra », construite autour d'un motif de trèfle quadrilobé, décliné en pendentifs, bracelets, colliers et boucles d'oreilles.⁽²⁾



Ce motif, exécuté en pierre dure semi-précieuse (nacre, onyx, œil de tigre, tourmaline, etc.), cerclé d'un contour en métal précieux

perlé ou lisse, est devenu un bijou iconique, emblématique de l'identité de la maison Van Cleef & Arpels.

À partir de la fin de l'année 2015, la société Louis Vuitton Malletier a commercialisé une nouvelle collection de joaillerie baptisée « Color Blossom », comprenant elle aussi des bijoux ornés d'un motif quadrilobé, décliné en différentes pierres semi-précieuses, enchâssées dans un cerclage d'or lisse.



Estimant que cette nouvelle collection reproduisait plusieurs des caractéristiques essentielles de sa ligne « Alhambra », et après avoir adressé une mise en demeure restée sans effet, les sociétés du groupe Richemont ont assigné les sociétés Vuitton devant le tribunal de commerce de Paris pour concurrence parasitaire, leur reprochant d'avoir :

« (...) repris de manière délibérée pour les bijoux (...) composant la collection [Blossom], les spécificités esthétiques utilisées par la Maison [Van Cleef & Arpels] depuis la fin des années 1960 pour les bijoux de la gamme [Alhambra] et de profiter ainsi indûment des investissements consentis par ces

(1) V. par ex. Cass. com., 27 janv. 2021, n° 18-20.702.

(2) Extraits de la collection « Alhambra » – Van Cleef & Arpels.



dernières ainsi que de la notoriété de la Maison [Van Cleef & Arpels]⁽³⁾ ».

Par jugement du 4 octobre 2021, le tribunal de commerce de Paris a fait droit à cette demande, retenant que les sociétés Vuitton s'étaient inspirées, pour leurs bijoux, de modèles de bijoux de la gamme « Alhambra » « *représentant des valeurs économiques individualisées et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements* ».

Pour parvenir à cette conclusion, le tribunal a notamment constaté des similarités s'agissant des dimensions des bijoux, du choix du cerclage en or, des pierres semi-précieuses et des codes adoptés pour la campagne de communication retenue. Il semblerait donc que les similitudes mises en évidence, tant sur les bijoux que dans les campagnes de communication, aient emporté la conviction du tribunal.

Les sociétés Vuitton ont fait appel de ce jugement. Dans un arrêt très circonstancié rendu le 23 juin 2023, la cour d'appel de Paris a infirmé le jugement du 4 octobre 2021, en ayant notamment retenu que :

- la collection « Blossom » puise son inspiration dans des motifs antérieurs déjà bien ancrés dans l'univers esthétique des sociétés Vuitton, en particulier la célèbre toile monogrammée. Véritable signature visuelle de la maison, son motif emblématique est utilisé depuis de nombreuses années dans les collections de bijouterie, sous des formes variées, notamment dans une version pleine, sans ajour ;
- les formes et caractéristiques esthétiques mobilisées – en particulier la forme quadrilobée ainsi que l'usage de pierres semi-précieuses colorées serties de métal précieux – renvoient à des motifs connus et couramment utilisés dans le domaine des arts appliqués, et plus spécifiquement en joaillerie. Elles s'inscrivent en outre dans les tendances de la mode contemporaine ;
- les sociétés Vuitton n'ont pas modifié leur gamme de produits par rapport à leurs collections antérieures ;
- le tableau comparatif communiqué par les sociétés du groupe Richemont est inopérant, dès lors qu'il repose sur des rapprochements discutables entre des bijoux issus de collections différentes, de tailles inégales, parfois non comparables ou sortis de la collection « Alhambra », et qu'il ne permet pas de démontrer une reprise systématique ou fautive d'une structure de gamme ;
- si certaines ressemblances peuvent être relevées, notamment dans l'usage de pierres semi-précieuses colorées, elles ne permettent pas, à elles seules, de caractériser une reprise fautive. En outre, de nombreuses différences demeurent : seules sept pierres sont communes ; les motifs ne coïncident que partiellement ; le bijou des sociétés Vuitton se distingue par l'absence de contour perlé, par l'absence de caractère double face de la pierre, ainsi que par la présence d'un élément central ; la déclinaison de la gamme de bijoux litigieuse dans plusieurs tailles reste courante en joaillerie ; les

écarts de prix observés sont variables et ne révèlent pas une volonté d'alignement tarifaire ;

- aucune rupture n'est caractérisée dans la stratégie de communication des sociétés Vuitton, laquelle s'inscrit dans la continuité de leurs codes visuels antérieurs.

Autrement dit, à rebours de l'analyse retenue par le tribunal de commerce, la cour d'appel a estimé que l'existence de différences substantielles entre les créations respectives, conjuguée à l'ancrage historique du motif quadrilobé dans l'univers des sociétés Vuitton, excluait toute volonté de la part de ces dernières de se placer dans le sillage de la maison Van Cleef & Arpels.

Les sociétés du groupe Richemont se sont alors pourvues en cassation, et c'est dans ce contexte que l'arrêt commenté a été rendu.

II. ANALYSE DE LA DÉCISION

Le pourvoi formé par les sociétés du groupe Richemont reposait sur un moyen unique composé de six branches, dont trois reprochaient à la cour d'appel une violation de l'article 1240 du Code civil, tandis que les trois autres lui faisaient grief d'avoir privé son arrêt de base légale.

Sur le fondement de l'article 1240 du Code civil, les sociétés du groupe Richemont, demanderesse au pourvoi, contestaient la manière dont la cour d'appel avait examiné l'affaire, estimant que son raisonnement l'avait conduite à écarter à tort les actes de concurrence parasitaire reprochés aux sociétés Vuitton.

Plus précisément, les sociétés du groupe Richemont :

- reprochaient, en premier lieu, à la cour d'appel de ne pas avoir appréhendé l'ensemble des faits allégués, mais de s'être limitée à une appréciation fragmentée, alors même que les éléments de parasitisme appelaient une analyse globale, notamment la captation des spécificités du motif joaillier quadrilobé « Alhambra », et ce sans la moindre nécessité technique ;
 - la captation de la structure particulière de la collection « Alhambra » pour constituer un ensemble cohérent de 31 bijoux ;
 - la reprise des mêmes couleurs de pierres semi-précieuses ;
 - la déclinaison de la gamme de bijoux litigieuse dans trois tailles de motifs semblables à celle de la collection « Alhambra » ;
 - la détermination d'une grille de prix par référence à celle de la collection « Alhambra » ;
 - la captation des axes de communication de la maison Van Cleef & Arpels, en rupture avec les codes habituels de la maison Louis Vuitton.
- faisaient valoir, en second lieu, que la cour d'appel, pour écarter le parasitisme allégué, avait, sans justification, ignoré les ressemblances invoquées ainsi que l'impression d'ensemble dégagée par la comparaison des éléments, pour se focaliser, à tort, sur leurs différences ;
- reprochaient, enfin, à la cour d'appel de ne pas avoir tiré les conséquences de ses propres constatations, en estimant que

(3) T. com. Paris, 4 oct. 2021, n° J2021000388.



le risque d'association relevé par les demanderesse et étayé par des commentaires d'internautes, était insuffisant à établir un comportement déloyal.

S'agissant, ensuite, des branches invoquant un défaut de base légale, les sociétés demanderesse reprochaient à la cour d'appel d'avoir omis plusieurs vérifications qu'elles estimaient déterminantes, ou d'avoir écarté, à tort, certaines pièces versées aux débats :

- elles lui reprochaient, d'une part, de ne pas avoir analysé si les collections de tiers invoquées par les sociétés Vuitton pour justifier l'existence d'une tendance sectorielle reproduisaient, ou non, les caractéristiques combinées du motif « Alhambra » ;
- d'autre part, elles lui reprochaient de ne pas s'être assurée de la date de commercialisation effective de ces collections, de sorte que leur antériorité restait incertaine et que ces créations récentes pouvaient résulter de la banalisation provoquée par le comportement parasitaire des sociétés défenderesses, lesquelles auraient ouvert la voie à d'autres imitations ;
- enfin, elles contestaient le rejet, jugé infondé selon elles, des tableaux comparatifs versés aux débats, reprochant à la cour d'appel de les avoir écartés au seul motif que certains bijoux comparés ne figuraient plus dans la collection « Alhambra » ou relevaient d'éditions éphémères, alors que ces circonstances, selon elles, étaient sans incidence sur la caractérisation du parasitisme.

Pour rejeter le pourvoi, la Cour de cassation répond de manière didactique, en rappelant les principes fondamentaux qui régissent l'action en parasitisme, avant de les appliquer au cas d'espèce.

Elle rappelle d'abord que le parasitisme économique constitue une forme de déloyauté, constitutive d'une faute au sens de l'article 1240 du Code civil, qui consiste, pour un opérateur économique, à se placer dans le sillage d'un autre afin de tirer indûment profit de ses efforts, de son savoir-faire, de la notoriété acquise ou des investissements consentis⁽⁴⁾.

Elle précise ensuite que le parasitisme résulte d'un ensemble d'éléments appréhendés dans leur globalité, indépendamment de tout risque de confusion⁽⁵⁾.

Elle souligne, dans le droit fil de ses précédents arrêts du 26 juin 2024⁽⁶⁾, que cette action suppose, d'une part, l'existence d'une valeur économique individualisée, et d'autre part, la preuve d'une volonté du défendeur de se placer dans le sillage du demandeur.

La Cour de cassation insiste également sur un principe constant : les idées sont de libre parcours. Dès lors, le seul fait de reprendre, en le déclinant, un concept mis en œuvre par un concurrent ne constitue pas, en soi, un acte de parasitisme⁽⁷⁾.

(4) Cass. com., 27 juin 1995, n° 93-18.601, B ; Cass. com., 10 juill. 2018, n° 16-23.694, B. ; Cass. com., 16 févr. 2022, n° 20-13.542, B. ; Cass. com., 26 juin 2024, n° 23-13.535, B.

(5) Cass. com., 20 mai 2014, n° 13-16.943 ; Cass. com., 27 janv. 2021, préc.

(6) Cass. com., 26 juin 2024, n° 23-13.535, préc. ; Cass. com., 26 juin 2024, n° 22-17.647, B.

(7) Cass. 1^{re} civ., 22 juin 2017, n° 14-20.310, B.

Ainsi, même en présence de similitudes entre les produits concernés, la qualification de faute ne pourra être retenue que si ces ressemblances sont exploitées dans une intention fautive de captation parasitaire, visant à tirer indûment profit des investissements et efforts déployés par autrui.

Or, en l'espèce, la Cour de cassation constate que la cour d'appel a procédé à une analyse circonstanciée des éléments d'espèce.

Elle relève en effet que la Cour d'appel a :

- constaté que la collection « Color Blossom » des sociétés Vuitton ne reproduit pas toutes les caractéristiques du modèle « Alhambra », notamment en ce que la forme quadrilobée n'est pas détournée, ne comporte ni sertissage perlé ni double face, que la pierre présente un élément central et un aspect non lisse ;
- observé que les sociétés Vuitton se sont inspirées pour leur motif « Blossom » de la fleur quadrilobée iconique présente dans sa toile monogrammée utilisée depuis 1896, et non du modèle « Alhambra » ;
- souligné que la collection « Color Blossom » s'inscrit dans les tendances de la mode par l'usage de pierres semi-précieuses colorées serties de métal précieux, pratique conforme aux usages du marché, et que l'absence de preuve d'une volonté délibérée de reproduire la collection « Alhambra » a été établie, notamment du fait des différences dans l'association des pierres et des métaux précieux ainsi que du nombre limité de pierres communes ;
- retenu que les bijoux des deux collections sont des produits usuels dans le domaine de la joaillerie, que la gamme des sociétés Vuitton reste conforme à leurs collections précédentes, et qu'il n'a pas été démontré que les sociétés Vuitton aient copié méthodiquement la structure de la collection « Alhambra » ;
- mis en évidence que la pratique de décliner un même bijou en plusieurs tailles est courante dans le secteur, que seule une des tailles de la collection « Color Blossom » correspond à une taille de la collection « Alhambra », que les écarts de prix sont hétérogènes, et qu'aucune rupture dans la stratégie commerciale des sociétés Vuitton n'est démontrée ;
- déduit, au vu de ces constatations prises globalement, que les reproches formulés à l'encontre des sociétés Vuitton sont insuffisants à caractériser un comportement fautif ou intentionnel de parasitisme.

La Cour de cassation conclut en ces termes :

« De ces constatations et appréciations, dont il résulte que les sociétés Vuitton se sont inspirées de la fleur quadrilobée de leur toile monogrammée, et non du modèle "Alhambra", et que c'est pour s'inscrire dans la tendance du moment, ce que la société Van Cleef & Arpels ne pouvait interdire aux autres joailliers, qu'elles ont utilisé, pour la collection "Color Blossom", des pierres semi-précieuses cerclées par un contour en métal précieux, la cour d'appel, qui, après avoir examiné séparément chacun des éléments invoqués par les sociétés du groupe Richemont, les a appréhendés dans leur globalité et qui n'a pas méconnu les ressemblances entre les deux



collections, a pu, sans avoir à procéder aux recherches visées aux quatrième et cinquième branches, que ses constatations rendaient inopérantes, et abstraction faite des motifs surabondants critiqués par la sixième branche, déduire que les sociétés Vuitton n'avaient pas eu la volonté de se placer dans le sillage des sociétés du groupe Richemont. »

L'enseignement est clair : même si le demandeur parvient à établir l'existence d'une valeur économique individualisée et à relever des similitudes entre les produits en cause, cela demeure insuffisant à caractériser des actes de parasitisme. Pour ce faire, encore faut-il démontrer une intention de se placer dans le sillage du demandeur.

Autre point juridique important de cet arrêt : la Cour de cassation considère que l'examen distinct des éléments de fait n'est pas en soi critiquable, à condition que ces éléments soient ensuite analysés dans leur globalité, c'est-à-dire pris ensemble, pour apprécier la réalité du comportement invoqué.

En filigrane, l'arrêt souligne ce qui a été déterminant dans cette affaire : le motif utilisé par les sociétés Vuitton n'était ni nouveau, ni emprunté, mais issu de son propre patrimoine visuel, déjà décliné dans d'autres lignes, notamment dans l'univers des sacs et vêtements. Sa transposition à la joaillerie, selon des codes stylistiques largement partagés dans le secteur, sans déséquilibre manifeste dans le positionnement ou l'image, a suffi à écarter toute intention parasitaire.

III. CONCLUSION

Bien que conforme aux décisions déjà rendues en la matière, cet arrêt marque une étape importante dans la construction de

l'action fondée sur le parasitisme qui devient au fur et à mesure plus exigeante, plus prévisible et mieux encadrée.

Il rappelle que les ressemblances esthétiques, même marquées, ne sont jamais suffisantes en soi. C'est l'intention de se placer dans le sillage économique d'un concurrent, sans effort propre ni justification, qui fait basculer la ligne entre inspiration légitime et comportement fautif.

Par ailleurs, la validation par la Cour de cassation de l'analyse très précise de la cour d'appel, fondée sur une appréciation minutieuse des faits, souligne que le succès d'une action en parasitisme repose avant tout sur la force probatoire du dossier.

Pour les praticiens, l'arrêt appelle plusieurs recommandations :

- en demande : prouver les efforts d'investissement (temps, moyens, communication) entourant une création ; effectuer des comparaisons précises et homogènes entre les produits en cause ; mettre en évidence une stratégie commerciale de captation : communication, agencement, cible, positionnement ;
- en défense : justifier d'une logique créative ou d'une cohérence stylistique propre ; analyser les antériorités et les tendances du marché ; justifier de ses propres investissements.

Enfin, cette jurisprudence invite à la vigilance dans la gestion des patrimoines immatériels, notamment dans les secteurs créatifs et du luxe où les frontières entre inspiration légitime et parasitisme peuvent être parfois ténues. Les entreprises doivent donc veiller notamment à dater leurs créations, à les protéger par un titre de propriété intellectuelle si cela est possible, à documenter le processus créatif, et à conserver leurs archives. Cette démarche proactive peut s'avérer déterminante pour prévenir ou faire valoir efficacement leurs droits en cas de litige. ■