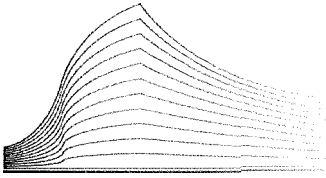




Date de réception : 04/05/2021



Expédition

Numéro de répertoire 001436	Délivrée à	Délivrée à	Délivrée à
Date du prononcé 22 MARS 2021	le €	le €	le €
Numéro de rôle A/19/04131			

Ne pas présenter à l'inspecteur

Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles

Jugement

Chambre des actions en cessation

Présenté le

Ne pas enregistrer

En cause de :

Monsieur **Christian Louboutin**, chausseur, domicilié en France, à 75002 Paris, Rue Volney, 1,

*Demandeur,
Défendeur sur reconvention,*

Ayant pour avocat Maître Thierry van Innis, rue de Neck, 22/38, 1081 Bruxelles

Plaidant : Me van Innis

Contre :

1. La société de droit américain **AMAZON.COM, Inc**, dont l'agent agréé pour la notification d'actes de procédure est établi aux Etats-Unis, à Tumwater, WA 98501, 300 Deschutes Way SW, Suite 304 (Corporation Service Company), et à 251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware,

*Première défenderesse,
Première demanderesse sur reconvention,*

2. La société de droit américain **AMAZON SERVICES LLC**, dont l'agent agréé pour la notification d'actes de procédure est établi aux Etats-Unis, à Seattle, WA 98109-5210, 410 Terry Avenue North (Corporation Service Company), et à 2215-B Renaissance Drive, Las Vegas, Nevada,

*Seconde défenderesse,
Seconde demanderesse sur reconvention,*

Ayant toutes deux pour avocats Maître Tom Heremans, Maître Renaud Dupont et Maître Lisbeth Depypere, chaussée de La Hulpe, 178, 1170 Bruxelles

Plaidant : Me Dupont et Me Depypere

Vu la citation du 4 octobre 2019;

Vu les conclusions et les pièces déposées par les parties;

Entendu les conseils des parties en leurs plaidoiries aux audiences publiques des 27 mai et 3 juin 2020, à laquelle la cause avait été prise en délibéré;

Vu la requête en réouverture des débats déposée au greffe de ce tribunal le 7 juillet 2020, sur le fondement des articles 772 et 773 du Code Judiciaire, par les défenderesses ;

Vu les observations du demandeur, parvenues au greffe le 9 juillet 2020 ;

Vu notre jugement du 15 juillet 2020 ordonnant la réouverture des débats;

Vu les conclusions et les pièces déposées par les parties après réouverture des débats;

Entendu les conseils des parties en leurs plaidoiries à l'audience publique du 6 janvier 2021, à laquelle la cause a été prise en délibéré;

Vu les dispositions de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire ;

1. OBJET DES DEMANDES

Aux termes de ses conclusions principales, le demandeur, ci-après M. Louboutin, forme les demandes suivantes:

« - Interdire aux citées de faire usage dans la vie des affaires dans l'Union européenne d'un signe identique à la marque 'semelle rouge' pour des chaussures à talons hauts n'ayant pas été mises en circulation dans l'EEE avec le consentement de Christian Louboutin ;

- Condamner in solidum les citées au paiement d'une astreinte de 100.000 € par jour ou partie de jour distinct durant lesquels serait encore affichée sur le site amazon.com une publicité pour de telles chaussures dans laquelle serait reproduit, dans ses aspects essentiels, un signe identique à la marque dont ces chaussures sont pourvues ;

- Condamner in solidum les citées au paiement d'une astreinte de 100.000 € par paire de chaussures à talons hauts pourvues d'un signe identique à la marque 'semelle rouge' expédiées dans l'Union européenne sur commande d'un internaute, alors que Christian Louboutin n'aurait pas donné son consentement à leur mise en circulation dans l'EEE.

- Ordonner aux citées de communiquer au Tribunal ainsi qu'à Christian Louboutin dans les deux mois suivant la signification du jugement, pour les cinq dernières années, l'inventaire illustré de toutes les publicités litigieuses ayant ainsi été dirigées vers l'Union européenne, les noms des fournisseurs ou autres détenteurs antérieurs de la marchandise contrefaisante, étant en l'espèce toutes

les chaussures ayant fait l'objet des publicités litigieuses, ainsi que les quantités livrées dans l'Union européenne et celles commandées au départ de l'Union européenne, ainsi que les prix obtenus pour ces commandes, sous peine d'une astreinte de 250.000.000 €.

- Condamner solidairement les citées à tous les dépens, l'indemnité de procédure étant fixée à 12.000 €. »

Aux termes de ses conclusions sur incident, M. Louboutin demande en outre :

« En ordre principal,

- Écarter des débats les conclusions de synthèse d'Amazon

En ordre subsidiaire,

- Rejeter la demande de suspension de la procédure

- Déclarer non fondée la demande reconventionnelle en nullité de la marque.

De toute manière,

- Condamner Amazon au paiement d'une indemnité de 50.000 € comme sanction de sa témérité et de son comportement dilatoire. »

Enfin, aux termes de ses conclusions après réouverture des débats, M. Louboutin demande encore :

« - Avant dire droit plus avant et après avoir écarté les conclusions d'Amazon qui ne constituent pas des observations relatives à l'impact de l'arrêt du 26 juin 2020 de la cour d'appel de Bruxelles,

- Poser à la Cour de justice de l'Union européenne les questions préjudicielles proposées aux points 33 et 40 ci-dessus. »

Sur reconvention, les défenderesses, ci-après Amazon, concluent comme suit :

*« **Quant aux demandes de la première défenderesse, Amazon.com***

1) à titre liminaire et à titre principal,

- déclarer que la citation introductive d'instance avec demande de signification à l'étranger signifiée par Christian Louboutin à Amazon.com le 4 octobre 2019 est nulle;

- condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon.com fixée à 12.000 EUR.

2) A titre subsidiaire,

- *décliner sa compétence à connaître des demandes de Christian Louboutin à l'égard d'Amazon.com en tant que défenderesse et rejeter celles-ci ;*

- *condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon.com fixée à 12.000 EUR.*

3) *A titre encore plus subsidiaire,*

- *déclarer la demande reconventionnelle d'Amazon.com recevable et suspendre la procédure conformément à l'article 132, §1 RMUE;*

- *alternativement, dans l'hypothèse où il n'y aurait pas lieu de suspendre la procédure en raison de l'absence de saisine tant de la juridiction luxembourgeoise que de l'EUIPO, accorder à chaque partie un délai supplémentaire afin de conclure sur la demande reconventionnelle d'Amazon.com;*

4) *A titre infiniment subsidiaire,*

- *déclarer la demande de Christian Louboutin visant à « condamner in solidum les citées au paiement d'une astreinte de 100.000 EUR par paire de chaussures à talons hauts pourvues d'un signe identique à la marque 'semelle rouge' expédiées dans l'Union européenne sur commande d'un internaute, alors que Christian Louboutin n'aurait pas donné son consentement à leur mise en circulation dans l'EEE » irrecevable en ce qu'elle est basée sur des expéditions qui n'étaient pas invoquées dans la citation introductive d'instance ;*

- *déclarer les demandes de Christian Louboutin à l'égard de Amazon.com non fondées ;*

- *condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon.com de 12.000 EUR;*

5) *Dans tous les cas,*

- *déclarer non fondée la demande de Louboutin relative à l'indemnité de 50.000 EUR comme sanction du comportement procédural d'Amazon.com et d'Amazon Services;*

Quant aux demandes de la seconde défenderesse, Amazon Services

1) *À titre liminaire et à titre principal,*

- *déclarer que la citation introductive d'instance avec demande de signification à l'étranger signifiée par Christian Louboutin à Amazon Services le 4 octobre 2019 est nulle;*

- condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon Services de 12.000 EUR.

2) A titre subsidiaire,

- décliner sa compétence à connaître de la demande de Christian Louboutin à l'égard d'Amazon Services en tant que défenderesse et rejeter celles-ci ;

- condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon Services de 12.000 EUR.

3) A titre encore plus subsidiaire,

- déclarer la demande reconventionnelle d'Amazon Services recevable et suspendre la procédure conformément à l'article 132, §1 RMUE;

- alternativement, dans l'hypothèse où il n'y aurait pas lieu de suspendre la procédure en raison de l'absence de saisine tant de la juridiction luxembourgeoise que de l'EUIPO, accorder à chaque partie un délai supplémentaire afin de conclure sur la demande reconventionnelle d'Amazon Services;

4) A titre encore plus subsidiaire,

- déclarer la demande de Christian Louboutin visant à « condamner in solidum les citées au paiement d'une astreinte de 100.000 EUR par paire de chaussures à talons hauts pourvues d'un signe identique à la marque 'semelle rouge' expédiées dans l'Union européenne sur commande d'un internaute, alors que Christian Louboutin n'aurait pas donné son consentement à leur mise en circulation dans l'EEE » irrecevable en ce qu'elle est basée sur des expéditions qui n'étaient pas invoquées dans la citation introductive d'instance ;

- déclarer les demandes de Christian Louboutin à l'égard de Amazon Services non fondées ;

- condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon Services de 12.000 EUR.

5) A titre infiniment subsidiaire, dans l'hypothèse où Votre Tribunal venait à faire droit aux seules demandes de Louboutin :

- ordonner à Amazon Services de cesser la vente, via le site web Amazon.com, en son nom propre, de chaussures à hauts talons dont la semelle est entièrement de la même couleur ou d'une couleur qui ne diffère que de manière insignifiante de la couleur Pantone 18-1663TP à des clients résidants sur le territoire belge et ce, sans le consentement de Christian Louboutin, sous peine d'une astreinte de 1.000 EUR par jour, dans les 14 jours à dater de la signification du jugement, le montant total des astreindre étant plafonné à 100.000 EUR ;

- indiquer que cette injonction ne s'applique pas aux chaussures qui ne portent pas atteinte à la Marque de l'Union européenne no. 8845539, à savoir notamment les chaussures i) dont seul le talon est revêtu de la couleur protégée par la Marque de l'Union européenne no. 8845539, ou (ii) dont tous les éléments sont de cette couleur, ou (iii) dont la semelle présente deux couleurs ou plus, ou (iv) qui sont mises en vente par des vendeurs bénéficiant de droits antérieurs ;

- ordonner à Amazon Services de retirer dans les 48 heures une moyenne de 90%, calculée sur une base trimestrielle, des offres manifestement contrefaisantes placées par des tiers sur le site web Amazon.com qui lui seraient signalées par Christian Louboutin de manière suffisamment précise et étayée afin de permettre à l'équipe d'enquête Amazon de déterminer rapidement si les offres concernées portent sur des chaussures à hauts talons dont la semelle est entièrement revêtu d'une couleur identique ou qui ne diffère que de manière insignifiante de la couleur Pantone 18- 1663TP, proposées sur le territoire belge, et ce sans le consentement de Christian Louboutin, sous peine d'une astreinte de 1.000 EUR par jour après expiration du délai de 24 heures à compter du signalement, le montant total de l'astreinte étant plafonné à 100.000 EUR ;

- indiquer que cette injonction ne s'applique pas aux chaussures qui ne portent pas atteinte à la Marque de l'Union européenne no. 8845539, à savoir notamment les chaussures (i) dont seul le talon est de la couleur protégée par la Marque de l'Union européenne no. 8845539, ou (ii) dont tous les éléments sont de cette couleur, ou (iii) dont la semelle a deux couleurs ou plus, ou (iv) qui sont mises en vente par des vendeurs bénéficiant de droits antérieurs ;

- condamner Christian Louboutin aux dépens, en ce compris l'indemnité de procédure d'Amazon Services de 12.000 EUR;

6) Dans tous les cas,

- déclarer non fondée la demande de Louboutin relative à l'indemnité de 50.000 EUR comme sanction du comportement procédural d'Amazon.com et d'Amazon Services »

2. PROCEDURE

1. M. Louboutin demande l'écartement des conclusions de synthèse d'Amazon déposées au greffe le 14 février 2020, et sa condamnation au paiement d'une indemnité de 50.000 €.

Il fonde cette demande en ordre principal sur le fait que ces conclusions ne lui auraient pas été communiquées dans le délai fixé par l'ordonnance de mise en état rendue dans ce dossier, et à titre subsidiaire en guise de sanction de « la déloyauté

dont Amazon se rendit coupable par l'articulation, dans lesdites conclusions, de moyens nouveaux. ».

2. L'ordonnance de mise en état de la cause prononcée le 6 novembre 2019 accordait aux défenderesses un délai expirant le 14 février 2020 pour déposer au greffe et communiquer aux autres parties leurs conclusions de synthèse.

Le dépôt au greffe a été fait le 14 février 2020. S'agissant de la communication de ces conclusions au demandeur, il ressort des conclusions sur incident déposées par M. Louboutin le 4 mars 2020, que les conclusions de synthèse de Amazon ont été adressées par mail du 14 février 2020 à 18:39 à deux destinataires, Me Thierry van Innis et Me Anthony Van der Planken.

Selon le conseil de M. Louboutin, le mail précité aurait été réceptionné par Me Van der Planken, mais il aurait été automatiquement classé dans le courrier indésirable de sa boîte mail. M. Louboutin ne précise pas à quelle date ce mail a été réceptionné dans ladite boîte mail. A défaut de toute preuve contraire, il faut considérer que cette réception s'est opérée le jour même, soit le 14 février 2020.

Le degré de sécurité d'une boîte e-mail ne peut être mise en avant pour soutenir qu'une communication de conclusions n'aurait pas été effectuée dans le délai imparti. Le mail des conseils de Amazon a bien été expédié le 14 février 2020. Le fait qu'il ait été classé dans une sous-boîte de réception destinée aux messages soupçonnés d'être indésirables, et qu'il n'ait été découvert que quatre jours après sa réception, n'est pas pertinent pour juger du respect du délai fixé par l'ordonnance de mise en état.

3. En outre, vainement le conseil de M. Louboutin soutient-il que l'envoi des conclusions par e-mail à Me Van der Planken serait inopérant, dès lors que cet avocat n'aurait jamais représenté le demandeur. Le tribunal relève en effet qu'au moins à deux reprises, les 15 janvier 2020 et 2 mars 2020, cet avocat a déposé, via le système e-deposit, des conclusions au nom de M. Louboutin. En outre, l'email des conseils d'Amazon contient également l'adresse email de Me van Innis. Ce dernier ne soutient pas ne pas avoir reçu, à tout le moins dans la rubrique « courrier indésirable » de sa boîte mail, l'envoi des conseils d'Amazon.

4. La réception des conclusions de synthèse de Amazon dans la boîte e-mail de l'avocat Van der Planken est établie. L'ordonnance de mise en état a été respectée par Amazon.

5. M. Louboutin demande également l'écartement des débats des conclusions de synthèse d'Amazon sur le fondement de la déloyauté dont celle-ci aurait fait preuve en articulant dans ses dernières conclusions plusieurs demandes nouvelles.

Il est regrettable que les parties n'aient pas pu s'entendre à l'amiable afin que la mise en état de la cause permette à chacune de développer ses moyens dans le respect du principe du contradictoire.

Le tribunal relève toutefois que M. Louboutin disposait de la possibilité de déposer une requête fondée sur l'article 748 du Code judiciaire afin d'obtenir le droit de répondre aux nouveaux moyens développés par Amazon dans ses conclusions du 14 février 2020, et qu'il n'a pas fait application de cette possibilité.

En outre, M. Louboutin a déposé le 4 mars 2020 des conclusions en réplique contenant ses réponses aux nouvelles demandes de Amazon, et cette dernière ne s'est pas opposée à leur dépôt.

6. Il n'y a pas lieu, eu égard aux considérations de fait qui précèdent, de constater une déloyauté procédurale dans le chef de Amazon.

La demande d'écartement des conclusions de synthèse de Amazon manque de fondement.

7. Pour les mêmes motifs, il n'y a pas lieu de condamner Amazon au paiement à M. Louboutin d'une indemnité de 50.000 €.

3. CONTEXTE DU LITIGE

8. Le demandeur est titulaire d'une marque de position appelée « semelle rouge », enregistrée pour des chaussures à talons hauts sous le n° 8845539 à titre de marque de l'Union européenne.

Elle est représentée et décrite comme suit:



« La marque consiste en la couleur rouge (code Pantone n°18.1663TP) appliquée sur la semelle d'une chaussure telle que représentée (le contour de la chaussure ne fait donc pas partie de la marque mais a pour but de mettre en évidence l'emplacement de la marque) ».

Cette marque est utilisée depuis plus de 25 ans de par le monde et est devenue une marque notoire.

9. Les défenderesses font partie du groupe AMAZON. Ce groupe de sociétés constitue la plus importante entreprise de distribution au monde.

10. Selon M. Louboutin, les deux sociétés défenderesses - dont la première est la société mère du groupe Amazon - exploitent conjointement le site amazon.com qui s'adresse expressément, entre autres, aux consommateurs finaux établis dans l'Union européenne.

La première défenderesse réplique qu'elle est une société de participation, qu'elle n'exerce aucune activité commerciale et n'exploite en aucune façon le site web Amazon.com.

La seconde défenderesse confirme en revanche qu'elle exploite bien le site web Amazon.com. Elle précise que son site web est destiné avant tout aux consommateurs finaux américains, mais n'exclut pas qu'il puisse également être consulté par des consommateurs européens.

11. Le demandeur expose que la circonstance que les offres publicitaires litigieuses sont (également) destinées aux consommateurs établis dans l'Union européenne ressort entre autres des éléments factuels suivants :

- L'annonce systématique sur chacune des offres publicitaires consultées par des internautes établis dans l'Union, que la livraison dans leur Etat membre peut être assurée ;
- Des annonces plus générales selon lesquelles des quantités très importantes de produits sont effectivement livrés dans l'Union;
- La circonstance que toutes les offres publicitaires litigieuses expriment le prix demandé (également) en euro.

M. Louboutin ajoute que l'implication de la société Amazon.com dans l'exploitation de ce site ressort entre autres des constatations factuelles suivantes:

- Sur la page d'accueil du site, l'internaute est gratifié d'un 'Welcome to Amazon.com', alors que la société Amazon.com est la seule société du groupe Amazon dont la dénomination sociale et/ou le nom commercial est constitué de ce nom;
- Les conditions générales d'utilisation des services offerts aux internautes visitant ce site précisent que ces services sont offerts tant par la société Amazon Services LLC que par ses sociétés affiliées qui ne sont pas nommées, mais parmi lesquelles se trouvent évidemment sa société mère;
- Ces mêmes conditions précisent par ailleurs que l'adresse de l'entité dont émanent ces conditions est 'Amazon.com, Inc' ;

- La clause 'copyright' affichée sur ce site ne mentionne que la société 'Amazon.com, Inc' comme titulaire déclaré (et dès lors présumé) de toutes les œuvres affichées sur ce site ;

12. M. Louboutin insiste sur le fait que la singularité, la grande force et l'énorme succès de cette entreprise, l'une des plus valorisées au monde, résident avant tout dans la mise en place d'une logistique ultra performante qui lui permet d'honorer les commandes en un temps record. L'entreprise Amazon dispose ainsi de 175 centres de distribution de par le monde, totalisant 14 millions de mètres carrés où travaillent environ 250.000 personnes, chargées de la réception et du stockage des produits des fournisseurs, de l'enregistrement de toutes les commandes et de leur gestion, cette dernière allant très souvent jusqu'à l'expédition par Amazon des produits commandés et la gestion des retours éventuels.

M. Louboutin relève que dans sa communication, Amazon met constamment cette singularité en exergue, ce qui conforterait son image de distributeur.

13. Le demandeur souligne qu'il est constant qu'Amazon fait la promotion de tous les produits ainsi offerts par l'affichage sur son site de publicités représentant le produit et indiquant son prix d'achat, et que toutes ces publicités se caractérisent essentiellement comme suit :

- Elles répondent toutes à des critères de présentation très stricts imposés par Amazon, ce qui donne à l'ensemble des publicités une grande uniformité qui produit inmanquablement l'impression qu'elles émanent de la même source ;
- Elles ne présentent toutes qu'un seul signe distinctif dominant, à savoir la marque semi-figurative Amazon représentée ci-dessous, une marque ayant acquis une grande renommée comme marque de distributeur des produits les plus divers:



- Ce signe distinctif dominant se trouve dans l'en-tête de chacune des offres publicitaires, Amazon décidant seul de l'affichage de cet en-tête, dont elle garde la maîtrise.

Surabondamment, M. Louboutin observe encore que ces publicités sont toutes groupées sous différentes rubriques générales ou arborescentes par catégorie de produits (« *Fashion* », « *Electronics* », « *Home and Kitchen* », « *Luggage* » - « *Mode* », « *Electronique* », « *Maison et Cuisine* », « *Bagagerie* ») et cela sous divers intitulés descriptifs tels que « *Amazon best sellers* », « *Amazon most wished for* », « *Amazon gift ideas* », « *Amazon hot new releases* », etc...

Il ajoute que l'affichage de ces publicités s'accompagne de l'usage systématique par Amazon de l'adjectif possessif 'nos' qui renvoie clairement à Amazon dans les expressions que sont, par exemple « *our most popular products based on sales* », « *our best-selling new and future releases* », « *our biggest gainers in sales rank over the past 24 hours* », « *our most popular products offered as gifts* », « *our top deals* », « *our selection* », « *our warehouses* - « nos produits les plus demandés », « nos meilleures ventes actuelles et futures », « nos plus grosses ventes ces dernières 24 heures », « nos meilleures affaires », « notre sélection », « nos magasins ». », etc ...

14. En l'espèce, M. Christian Louboutin a constaté l'affichage récent d'un nombre, qu'il juge très important, de publicités sur le site amazon.com qui toutes répondent non seulement aux caractéristiques générales citées ci-dessus, mais aussi aux caractéristiques particulières suivantes :

- Elles font la promotion de chaussures à hauts talons pourvues d'une semelle rouge, cette semelle y étant reproduite, à tout le moins dans ses éléments essentiels ;
- Elles s'adressent expressément, entre autres, aux consommateurs finaux résidant dans l'Union européenne ;
- Elles précisent souvent qu'en cas d'achat par un de ces consommateurs, les chaussures pourront lui être expédiées par Amazon à son adresse dans l'Union.


Parmi la centaine de ces publicités relevée en quelques jours durant le mois de septembre 2019 et au début du mois de janvier 2020 par M. Louboutin, les quelques publicités suivantes en sont l'illustration :



amazon Shop Today's Deals

Deliver to France Departments Today's Deals Your Amazon.com Gift Cards Help Registry Sell


Back to results





Full size image to zoom in


Summerwhisper
Summerwhisper Women's Trendy Buckle T-Strap Round Toe Dress Shoes Chunky High Heel Platform Pumps
4.5 stars (100 reviews)
 Price: EUR 31.89
Fit: Most small (100%), best size for you
Size:
Color:
 • Synthetic
 • Rubber sole
 • Platform measures approximately 1.25"
 • Heel height approximately 4.7 inches, Platform height approximately 1.2 inches
 • Elegant round toe, Trendy t-strap, Comfort chunky heel with platform
 • Virgin synthetic leather upper, Ample durable rubber sole, Breathable and healthy
 • High fashion, low price, Specific design gives this a chic, feminine look. All an affordable price
 • Easy to match different outfits in different occasions. Give you ease and enjoyment.

Customers who viewed this item also bought


 DREAM PUMPS
 EUR 24.84 - EUR 55.73


 DREAM PUMPS
 EUR 16.92 - EUR 28.82


 DREAM PUMPS
 EUR 17.88 - EUR 52.91


 DREAM PUMPS
 EUR 21.15 - EUR 26.53


To buy, select Size

Share

amazon Shop Today's Deals

Deliver to Belgium Help Registry Gift Cards Sell Your Amazon.com


Back to results



Lynda Miniga
Lynda Miniga Queen of Hearts.
 Last Price: EUR 39.16
 Price: EUR 64.16
 You Save: EUR 55.00 (14%)
Size:
 • Leather and Rubber sole
 • Platform measures approximately 4.75"

To buy, select Size


Share


Slip on Walking Shoes Women
 Women's Slip On Walking Shoes - Fashion's Best, Comfort's Finest, Cushion Comfort, Whisper Platform, 1 color
 4.5 stars (100 reviews)
 EUR 9.99

amazon 24/7 Customer service. Learn more

Deliver to Belgium Departments Reviewing History Your Amazon.com Today's Deals Gift Cards Help Registry Sell Prime Video

Back to results



SPRUCE CREEK
SPRUCE CREEK Womens Christian L 'Iziza' Leather Pump Louboti Stiletto Heel Sandals 100MM Pointed Toe Shoes
 Price: EUR 170.83
Size:
 • Heel height 100mm
 • Material: Patent Leather
 • It features a bow-like design, and an opening on the side that straps the foot with an elastic
 • ELEGANT DESIGN on the market that you can't miss one when you going to get to ready!
 • If the strap is high or the foot is wide, it is recommended to choose a bigger size. If it is broken to flat or the foot is slim, it is recommended to choose a smaller size.
 Report more product information.

To buy, select size

Share

amazon

24/7 Customer service | Learn more

Back to results

SPURCE GREEK
19W Christian L. Paris Pointed Toe Pumps Louboti 100MM Nappa
Leather High Sandals

Price: EUR 151.84

Size:
Select

- Heel height: 100mm
- Material: Leather
- Features a Bowtie detail, and an opening in the side that envelops the foot with security
- BEST QUALITY on the market (that's what you're getting to get it really!)
- If the strap is high on the foot is wide, it is recommended to choose a bigger size, if the strap is flat or the foot is slim, it is recommended to choose a smaller size

Report incorrect product information.

To buy, select
Add to Cart
Add to List
Share

15. M. Louboutin expose que ce n'est qu'en consultant, par une succession de clics, tous les détails de ces offres, qu'est alors précisé si les produits offerts sont, en cas de commande :

- Soit, à l'exemple de l'offre plus détaillée suivante, vendus et expédiés par Amazon, ce qui, selon M. Louboutin, est parfaitement conforme à l'image de distributeur vantée par Amazon :

amazon

Ships from amazon

Shop Today's Deals

Back to results

Aerusi SEK404039 Women's Slip on Fashion Dress High Heel Pumps
Size 8 Glossy Black
by Aerusi

Price: EUR 25.05
Only 1 left in stock - order soon.

This item ships to Belgium. I earn more
Ships from and sold by Amazon.com

Size: Size 8
Size 7 Size 8

Color: Glossy Black

- Classic pointed toe, asymmetric strap stiletto heels dress pumps
- Gold rivet accent front with 2 inch kitten stiletto heels
- Lightly padded latex insole with Patent leather Exterior
- Flexible outsole for carefree movements
- Heel height: 2 inches, USA woman Size 8

New (1) from EUR 25.05 Details

Add to Cart
Buy Now
This is a gift
Deliver to Belgium
Add to List
Share
Other Sellers on Amazon
New (1) from EUR 25.05 Details
Have one to sell? Sell on Amazon

- Soit, à l'exemple de l'offre plus détaillée suivante, expédiés par Amazon, quoique vendus par un tiers :

amazon

Deliver to Belgium

Help Registry Gift Cards Sell Your Amazon.com

Shop Today's Deals

Lynda Miriga
Lynda Miriga Emperor Signature.

List Price: EUR 119.16
Price: **EUR 50.42**
You Save: EUR 68.74 (58%)

Size: 7

Only 2 left in stock - order soon.

This item ships to Belgium. **Want it Tuesday, Jun. 14?** Order within 5 hrs 58 mins and choose AmazonGlobal Priority Shipping at checkout. [Learn more](#)
Sold by **POPMAIS** and Fulfilled by Amazon

- Leather and Rubber sole
- Platform measures approximately 4.75"
- Heel Height: 4.72 inches
- Upper: Faux Leather
- Lining: Lightly padded foot bed
- Sole: Rubber
- Patterned toe

Buy Now Add to Cart Add gift options

Deliver to Belgium

Add to List

Share

Have one to sell? Sell on Amazon

- Soit vendus et expédiés par un tiers, auquel cas ces précisions se font assez discrètes à l'exemple de l'offre plus détaillée suivante, ce qui, selon M. Louboutin, s'explique sans doute par le fait que ces modalités ne sont guère conformes au modèle économique vanté par Amazon :

amazon

FRANCE

Departments Today's Deals Your Amazon.com Gift Cards Help Registry Sell

Shop with 100% confidence. [Learn more](#)

Back to results

SFNLD
SFNLD Women's Sweet Bow Knot High Heel Pumps Shoes Stiletto

★ ★ ★ ★ ★ (8 customer reviews) | 7 answered questions

Price: **EUR 35.85** + €3.00 shipping

Fit: Runs small (50%) Find the right size for you

Size: 45

Color: Black

In Stock. Usually ships within 4 to 5 days.

This item ships to France. **Get it by Friday, Oct 4 - Monday, Oct 28** Choose this date at checkout. Ships from and sold by **POPMAIS**.

- Slip On and Low Cut Design
- Made of Soft Synthetic Suede
- Anatomic and Durable Sole
- Platform Measures Approximately 1.4 inch.
- Heel Measures Approximately 4.9 inch.

Price (11) from EUR 33.85

Customers who viewed this item also bought

Buy Now Add to Cart Add gift options

Deliver to France

Add to List

Share

Other Sellers on Amazon

Price (11) from EUR 33.85

Have one to sell? Sell on Amazon

Monsieur Louboutin observe que dans ces trois cas, Amazon se charge des publicités pour ces produits sous des présentations uniformes, enregistre les commandes et encaisse le prix de vente.

Dans les deux premiers cas, Amazon se charge en outre du stockage des produits commandés, de leur emballage (éventuellement 'cadeau') sous sa marque Amazon et de leur expédition sous cette marque à l'acheteur, ainsi que des retours.

Dans le dernier cas, l'acheteur se fait remettre par Amazon, après encaissement et livraison, une facture émanant de ce tiers.

Dans les deux derniers cas, Amazon retient une commission évaluée à une moyenne de 15 % du prix de vente, outre les frais de traitement des produits (stockage et expédition) dans le second cas.

16. M. Louboutin soutient que tout indique par ailleurs que la plupart des prix affichés sont fixés par Amazon, même pour les produits prétendument vendus par des tiers. En effet, ces derniers sont fortement incités à accepter - afin que leurs produits soient offerts en ordre utile ! - la fixation de ces prix par un jeu d'algorithmes mis en œuvre par Amazon, le prix pouvant ainsi évoluer à tout moment en fonction d'une série de paramètres sans cesse mis à jour.

Il observe aussi qu'en singulier contraste avec la manière dont sont ainsi présentées les offres affichées sur le site Amazon, toutes les offres similaires affichées sur les sites de vente en ligne exploités par eBay, Facebook, Google, Marktplaats et Alibaba font, elles, clairement apparaître qu'elles émanent de tiers, ce que l'internaute normalement avisé et raisonnablement attentif ignore d'autant moins que ces sites sont notoirement connus comme étant des places de marché.


17. Sur le plan factuel, M. Louboutin relève encore qu'Amazon, à l'exemple de tant de grands distributeurs de par le monde, développe des dizaines de marques propres qu'elle ne met toutefois pas en exergue, toutes les offres de produits portant ces marques propres étant mélangées avec toutes les autres offres sous lesdites présentations uniformes (il se réfère à cet égard à la 'Liste non exhaustive des marques déposées par Amazon' in fine des 'Conditions d'utilisation et générales de vente' ainsi que l'article 'La longue liste des marques secrètes d'Amazon', publié le 27 août 2017 sur le site L'Obs).

18. Ceci étant, M. Louboutin soutient que des chaussures litigieuses sont effectivement expédiées par Amazon dans l'Union européenne au départ d'un de ses centres de distribution (en dehors de l'Union), telles les paires de chaussures représentées ci-après, expédiées à Aartselaar à la fin de mois de septembre 2019 et au début du mois de janvier 2020 ainsi qu'à Paris en septembre 2019 après avoir été commandées au départ des offres publicitaires suivantes :

amazon 44 Shop Today's Deals

Deliver to Belgium Departments Buying History Gift Cards Amazon.com Today's Deals Gift Cards Help Registry Sell View More EN Help, Sign in, Account & Lists Orders Cart

Home & Living Shoes & Jewelry Women Shoes Pumps



sarliva
sarliva Women's Comfortable Class c Office Low Kitten Heel Pump
Pointed Toe Bowknot Dress Mid Heeled Pumps Shoes

Price: EUR 20.87

Color:

Size:

Color:

In Stock

This item ships to Belgium. Want it fast? Buy it by **Friday, Sept. 27** for delivery by **Saturday, Sept. 28**. Order within 5 hrs 58 mins and choose AmazonGlobal Priority Shipping at checkout. [Learn more](#)

- Low heel pumps, mid-heeled, approximately 2.5 inches
- Pointed toe pumps, made from smooth black leather. Low-cut and comfortable for your daily wear. Perfect for office or casual wear.
- Cat ball toe pumps. Cat ball design to show off your feet. Perfect for office or casual wear. Perfect for your daily wear.
- Mid-heeled pumps. Mid-heeled pumps, made from smooth black leather. Perfect for office or casual wear. Perfect for your daily wear.
- High-heeled pumps. High-heeled pumps, made from smooth black leather. Perfect for office or casual wear. Perfect for your daily wear.

Used & new LD from EUR 20.87 Details

Report a problem with this product.

Buy Now

Add gift options

Deliver to Belgium

Share

Other Sellers on Amazon


New! (1) from EUR 17.66 Details

Have one to sell?

amazon All Shop Today's Deals

Deliver to Belgium Help Registry Gift Cards Sell Your Amazon.com EN Help, Sign in, Account & Lists Orders Cart

Back to search



Lynda Miriga
Lynda Miriga Emperor Signature.

List Price: EUR 110.99
Price: EUR 50.42
You Save: EUR 60.57 (55%)

Size:

Only 2 left in stock - order soon.

This item ships to Belgium. Want it Tuesday, Jan. 14? Order within 5 hrs 58 mins and choose AmazonGlobal Priority Shipping at checkout. [Learn more](#)

Sold by **Asina** and fulfilled by Amazon.

- Leather and Rubber sole
- Platform measures approximately 4.25"
- Heel height: 4.72 inches
- Upper: Black Leather
- Lining: Softly padded mesh-lined
- Sole: Rubber
- Polished toe

Buy Now

Add gift options

Deliver to Belgium


Share

Have one to sell?

amazon All https://www.amazon.com/Nine-Seven-Genuine-Stiletto-Handmade/dp/B01WXPNS0/?currency=EUR&th=1&psc=1 Captured on 18/09/2019 at 14:33 - MD/CL

Deliver to France Departments Today's Deals Your Amazon.com Gift Cards Help Registry Sell EN Help, Sign in, Account & Lists Orders Cart

Back to results



Nine Seven
Nine Seven Genuine Leather Women's Pointy Toe Stiletto Heel
Elegant Handmade Knee High Boot

Price: EUR 117.66

Size:

Color:

Only 1 left in stock - order soon.

This item ships to France. Want it Monday, Sept. 23? Pick it up within 4 hrs 59 mins and choose AmazonGlobal Priority Shipping at checkout. [Learn more](#)

Sold by **ASINA** and fulfilled by Amazon.

- Cow leather
- Imported
- Rubber sole
- Platform measures approximately 2.5"
- Side Zip
- Heel approximately 3.88 inches
- Shaft measures approximately 14.17" from arch
- Shoe style

New! (1) from EUR 117.66 Details

Buy Now

Add gift options

Deliver to France

Share

Other Sellers on Amazon

New! (1) from EUR 117.66 Details

Have one to sell?

19. M. Louboutin précise enfin que les chaussures litigieuses, tant celles représentées dans les publicités incriminées que celles expédiées, n'ont pas été mises en circulation dans l'EEE par lui-même ou avec son consentement.

4. EN DROIT

4.A. Demande liminaire : quant à la nullité de la citation introductive d'instance

20. Amazon soutient à titre liminaire et principal que la citation que M. Louboutin a fait signifier le 4 octobre 2019 serait nulle pour violation de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire.

Elle invoque l'article 1er de la loi précitée, selon lequel : « *Devant les tribunaux francophones de l'arrondissement de Bruxelles, toute la procédure en matière contentieuse est faite en français* », et l'article 40 de la même loi, disposant : « *Ces règles sont prescrites à peine de nullité. Celle-ci est prononcée d'office par le juge.* ».

Amazon fait valoir que la citation, rédigée en français, contient plusieurs extraits en anglais, sans traduction française de ceux-ci. Elle en déduit que cette citation doit être déclarée nulle.

Selon la Cour de cassation, « *Un acte de procédure est réputé rédigé dans la langue de la procédure, lors même qu'il comporte une citation dans une autre langue que celle de la procédure, lorsque l'acte comporte en même temps sa traduction ou relate sa teneur dans la langue de la procédure; la relation de la teneur d'une mention non rédigée dans la langue de la procédure ne requiert pas une traduction complète du texte légal indiqué dans une langue étrangère; il n'est pas davantage requis qu'une telle traduction indique de manière expresse qu'elle porte sur le texte légal reproduit en langue étrangère.* » (Cass, 28 juin 2019, C.18.0331.N, RDC, 2029, p. 828). Par cet arrêt, la Cour de cassation confirme sa jurisprudence antérieure.

21. En l'espèce, les mentions en anglais figurant dans la citation proviennent d'extraits du site web Amazon.com. Les trois premiers extraits relevés par Amazon au point 19 de ses conclusions sont relatifs au fait que les produits présentés sur les pages reproduites sont susceptibles d'être livrés en Belgique. Or, dans le corps de la citation, les explications suivantes, qui relatent la teneur des extraits en anglais, sont données en français : « *[les publicités figurant sur le site Amazon.com] précisent souvent qu'en cas d'achat par un de ces consommateurs, les chaussures pourront lui être expédiées par Amazon à son adresse dans l'Union. Parmi la centaine de ces publicités (...) les quelques publicités suivantes en sont l'illustration : [suivent les trois extraits]* »

Quant au quatrième extrait de la citation reproduit par Amazon en ses conclusions, les mentions en anglais sont relatives au fait que la paire de chaussures présentée peut être livrée en Belgique. En français dans la citation, M. Louboutin expose que la paire de chaussures a effectivement été livrée en Belgique.

La citation du 4 octobre 2019 signifiée à la requête de M. Louboutin reprend, en langue française, la teneur des mentions en langue anglaise y figurant. Il convient dès lors que considérer que cet acte de procédure a bien été rédigé dans la langue de la procédure, à savoir le français. Aucune violation de l'article 1er la loi du 15 juin 1935 n'est démontrée.

22. Amazon soutient d'autre part que la nullité de la citation devrait être prononcée sur le fondement de la violation de l'article 5, §3 de la Convention de La Haye du 15 novembre 1965.

M. Louboutin réplique que s'il est vrai que l'Autorité centrale américaine exige une traduction en anglais pour tout acte devant être signifié sur le territoire des Etats-Unis, une exception est prévue pour les actes rédigés en français.

Le grief de nullité de la citation manque de fondement.

4.B. Quant à la compétence internationale du tribunal

23. M. Louboutin fonde notre compétence internationale sur l'article 125, §1 du règlement 2017/1001 (anciennement l'article 97 du règlement 207/2009), dès lors que les sociétés Amazon citées ne sont pas domiciliées dans un Etat membre, mais, selon M. Louboutin, ont un établissement en Belgique en la personne soit de la srl Amazon Web Services Belgium, inscrite à la BCE sous le numéro 0666812048, soit de la srl Amazon Data Services Belgium, inscrite à la BCE sous le numéro 0695904328.

Partant, il estime que notre compétence s'étend sur l'ensemble du territoire de l'Union, ceci en vertu de l'article 126, paragraphe 1, sous a) du règlement.

24. Amazon conteste cette analyse. Elle soutient que la srl Amazon Web Services Belgium ne serait pas son 'établissement' au sens de l'article 125, paragraphe 1, tel qu'interprété par la Cour de justice en son arrêt Nike du 18 mai 2017 dans l'affaire C-617/15.

M. Louboutin rappelle que dans cet arrêt, la Cour a donné une interprétation large de la notion d'établissement, contrairement à l'interprétation qu'elle donna de la notion identique figurant dans la Convention de Bruxelles et le Règlement 44/2001 (points 34 et 35 de l'arrêt Nike).

25. L'objet social de la srl Amazon Web Services Belgium se lit comme suit : « *La société a pour objet la fourniture de services au groupe de sociétés Amazon afin*

de soutenir les activités Web du groupe de sociétés Amazon, ainsi que de l'assistance concernant les ventes et la commercialisation de ces services » (acte constitutif du 29/11/2016).

Dans l'arrêt Nike précité, la Cour de justice de l'Union européenne dit pour droit :

« 37 Une telle interprétation large conduit à considérer que sont requis des signes matériels qui permettent aisément de reconnaître l'existence d'un « établissement », au sens de l'article 97, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009. Ainsi que M. l'avocat général l'a relevé au point 52 de ses conclusions, une telle existence requiert, ainsi, une forme de présence réelle et stable, à partir de laquelle une activité commerciale est exercée, et qui se manifeste par la présence de personnel ainsi que d'un équipement matériel. En outre, cet établissement doit se manifester d'une façon durable vers l'extérieur, comme le prolongement d'une maison mère (voir, en ce sens, arrêts du 22 novembre 1978, Somafer, 33/78, EU:C:1978:205, point 11 ; du 18 mars 1981, Blanckaert & Willems, 139/80, EU:C:1981:70, point 12 ; du 9 décembre 1987, SchotteSAR, 218/86, EU:C:1987:536, point 10, et du 19 juillet 2012, Mahamdia, C154/11, EU:C:2012:491, point 48).

38 Il est à cet égard dépourvu de pertinence que l'établissement, sur le territoire d'un État membre, d'une société dont le siège est établi en dehors de l'Union soit pourvu ou non de la personnalité juridique (voir, en ce sens, arrêt du 15 décembre 2011, Voogsgeerd, C384/10, EU:C:2011:842, point 54). Ainsi, les tiers doivent pouvoir s'en remettre à l'apparence créée par l'établissement agissant en tant que prolongement de la maison mère (voir, en ce sens, arrêt du 9 décembre 1987, SchotteSAR, 218/86, EU:C:1987:536, point 15).

39 La circonstance que la société établie dans l'État membre dont les juridictions sont saisies est une sous-filiale de la société dont le siège est établi en dehors de l'Union et non une filiale directe de celle-ci est également sans pertinence, pourvu que les conditions énoncées au point 37 du présent arrêt soient remplies.

40 Par ailleurs, il n'importe pas, en principe, aux fins de l'application de l'article 97, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, que l'établissement ainsi déterminé ait ou non participé à la contrefaçon alléguée. En effet, une telle exigence, qui n'est pas prévue à l'article 97, paragraphe 1, du règlement n° 207/2009, ne serait en outre pas conciliable avec la nécessité d'une interprétation large de la notion d'« établissement », rappelée au point 34 du présent arrêt. »

26. En l'espèce, la srl Amazon Web Services Belgium fournit des services au groupe de sociétés Amazon afin de soutenir les activités web du groupe. Elle fournit de l'assistance concernant les ventes et la commercialisation de ces services, ce qui n'est pas contestable au vu de l'acte constitutif de la société.

Elle a son siège social à l'avenue des Arts à 1040 Bruxelles, et il n'est pas contesté par les défenderesses que cette srl dispose dès lors d' « une forme de présence

réelle et stable, à partir de laquelle une activité commerciale est exercée, et qui se manifeste par la présence de personnel ainsi que d'un équipement matériel », et qu'elle se «manifeste d'une façon durable vers l'extérieur, comme le prolongement d'une maison mère ».

Amazon dépose à son dossier une déclaration du gérant des srl précitées. Celui-ci précise que les services fournis par les deux sociétés se rapportent au « cloud computing » et qu'elles ne sont pas impliquées dans la vente de biens de consommation via Amazon.com, ni dans d'autres activités liées à la vente en ligne de bien de consommation.

Il ressort toutefois du point 40 de l'arrêt Nike cité ci-dessus, qu'il n'est pas nécessaire, pour conclure à la présence d'un établissement, que cet établissement ait participé à la contrefaçon alléguée.

Notre compétence internationale pour connaître de la présente cause est démontrée.

4.C. Quant à la demande reconventionnelle en nullité de la marque de l'Union européenne « semelle rouge »

27. Amazon demande, sur reconvention, de déclarer nulle la marque de l'Union européenne « semelle rouge » de M. Louboutin, sur le fondement des articles 59, §1,a) et 7, §1, e) iii) RMUE.

Elle expose tout d'abord qu'une demande reconventionnelle en nullité de cette marque a déjà été introduite devant un autre tribunal des marques de l'Union européenne, en l'occurrence le tribunal de Luxembourg, et qu'en conséquence, en application de l'article 132, §1 RMUE, il nous appartiendrait de surseoir à statuer dans l'attente de la décision de ce tribunal.

Pour des raisons de logique procédurale, il convient d'examiner cette demande reconventionnelle avant la demande principale. En effet, si le tribunal devait reconnaître la demande reconventionnelle en nullité fondée, il s'ensuivrait que la demande principale en interdiction d'usage de la marque serait sans objet.

4.C.1. Quant à la demande de suspension de la procédure

28. Amazon invoque l'article 132, §1 RMUE, selon lequel:

« Sauf s'il existe des raisons particulières de poursuivre la procédure, un tribunal des marques de l'Union européenne saisi d'une action visée à l'article 124, à l'exception d'une action en déclaration de non-contrefaçon, sursoit à statuer, de sa propre initiative après audition des parties ou à la demande de l'une des parties et après audition des autres parties, lorsque la validité de la marque de l'Union

européenne est déjà contestée devant un autre tribunal des marques de l'Union européenne par une demande reconventionnelle ou qu'une demande en déchéance ou en nullité a déjà été introduite auprès de l'Office ».

Or, le 10 février 2020, Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl et Amazon Services Europe Sàrl, ayant toutes trois leur siège social à L-1855 Luxembourg, 38, avenue J.F. Kennedy, ont introduit une demande reconventionnelle en nullité de la marque de l'Union européenne de M. Louboutin par voie d'une note de plaidoiries déposée auprès du Tribunal d'arrondissement de Luxembourg.

Conformément à l'article 128, §4 RMUE, cette demande reconventionnelle en nullité a été notifiée à l'EUIPO à la même date, soit le 10 février 2020.

29. M. Louboutin ne peut dès lors soutenir que la juridiction luxembourgeoise n'aurait pas été saisie d'une demande de nullité antérieurement à la demande reconventionnelle en nullité présentée en la présente cause par Amazon le 14 février 2020.

30. M. Louboutin fait toutefois valoir qu'il existerait des *"raisons particulières de poursuivre la procédure"*.

Il soutient que la procédure doit être poursuivie étant donné que l'EUIPO a déjà rejeté une demande en nullité de sa marque de l'Union européenne dans sa décision du 22 mai 2019 dans l'affaire n° 14 145 C. il ajoute que cette décision est coulée en force de chose jugée.

Eu égard à l'existence de cette décision coulée en force de chose jugée rendue par l'EUIPO le 22 mai 2019 dans l'affaire 14 145 C, et conformément à la jurisprudence d'un autre tribunal de la marque de l'Union européenne, en l'occurrence le Landgericht Hamburg (jugement du 17 janvier 2019 – Affaire Az : 327 O 132/18), le tribunal considère qu'il existe en l'espèce des raisons particulières de poursuivre la procédure.

4.C.2. Quant à la demande d'annulation de la marque « semelle rouge »

31. Les parties s'opposent quant à la règle de droit sur laquelle Amazon peut fonder cette demande.

Amazon invoque l'article 7§1, e), iii) du règlement 2017/1001, selon lequel :

« Sont refusés à l'enregistrement : [...] e) les signes constitués exclusivement : [...] iii) par la forme, ou une autre caractéristique du produit, qui donne une valeur substantielle au produit. ».

M. Louboutin objecte que cette disposition n'est pas applicable *ratione temporis*, dès lors qu'elle est entrée en vigueur le 23 mars 2016, alors que la demande d'enregistrement de la marque en cause a été introduite le 29 janvier 2010.

Amazon réplique que si la demande d'enregistrement date en effet de 2010, la marque a été enregistrée le 10 mai 2016, soit après l'entrée en vigueur de l'article 7§1, e), iii) en sa nouvelle version. Amazon soutient qu'il conviendrait de considérer la date de l'enregistrement de la marque pour déterminer le droit applicable à une demande d'annulation de cette marque.

Dans son arrêt *Sky* du 29 janvier 2020 (aff. C-371/18), la Cour de justice a dit pour droit que la date à prendre en considération était celle de la demande d'enregistrement:

« 49 A cet égard, il convient de relever, à l'instar de M. l'avocat général au point 33 de ses conclusions, que, s'agissant des demandes en nullité de marques de l'Union européenne et de marques nationales, la date de demande d'enregistrement de ces marques est déterminante aux fins de l'identification du droit matériel applicable (voir, en ce sens, arrêt du 8 mai 2014, *Bimbo/OHMI*, C-591/12 P, EU:C:2014:305, point 12 et jurisprudence citée). »

La thèse d'Amazon est donc contraire à l'enseignement de la Cour de justice.

32. Pour juger de l'actuelle demande en annulation de la marque de M. Louboutin, il convient de se référer à l'article 7§1, e) tel qu'il était libellé en 2010, au jour de l'introduction de la demande d'enregistrement de celle-ci.

A cette époque, cet article ne visait, sous le point e), que la forme, et non pas, en outre, une autre caractéristique du produit. Or, dans son arrêt *Louboutin* du 12 juin 2018, la Cour de justice de l'Union (en grande chambre) a dit pour droit que la marque « semelle rouge » n'était pas une marque de forme.

Il s'ensuit que la demande d'annulation de la marque « semelle rouge » formée par Amazon manque de fondement.

4.D. Quant à la demande reconventionnelle tendant à entendre déclarer irrecevable une partie de la demande de M. Louboutin

33. Amazon soutient que dans ses conclusions de synthèse du 15 janvier 2020, M. Louboutin aurait étendu sa demande en demandant au tribunal de « *Condamner in solidum les citées au paiement d'une astreinte de 100.000 € par paire de chaussures à talons hauts pourvues d'un signe identique à la marque 'semelle rouge' expédiées dans l'Union européenne sur commande d'un internaute, alors que Christian Louboutin n'aurait pas donné son consentement à leur mise en circulation dans l'EEE.* ».

Soutenant que cette demande serait nouvelle et ne serait pas fondée sur un fait ou un acte invoqué dans la citation, Amazon soutient qu'elle est irrecevable.

Le tribunal relève que cette demande n'est pas nouvelle et figure bien en page 11, premier tiret de la citation du 4 octobre 2019, même si elle a été reformulée dans les conclusions de janvier 2020 de M. Louboutin.

Il n'y a dès lors pas lieu d'en déclarer l'irrecevabilité.

4.E. Quant à la demande de mise hors cause de la société AMAZON.COM

34. La société AMAZON.COM fait valoir qu'elle est une société de participation et la société mère ultime de toutes les entités Amazon. Elle ajoute qu'elle n'a pas d'employés et n'exerce aucune activité commerciale, et qu'en particulier, elle n'exploite en aucune façon, ni conjointement, ni séparément, le site web Amazon.com.

Amazon.com plaide que M. Louboutin ne démontrerait pas qu'elle aurait posé un quelconque acte qui porterait atteinte à ses droits. Elle demande qu'en conséquence, toutes les demandes formées contre elle soient rejetées.

M. Louboutin relève en ses conclusions plusieurs éléments factuels reproduits au point 11 du présent jugement, et dont il entend déduire la preuve de « *l'implication même directe de la société Amazon.com dans l'exploitation [du site web amazon.com]* ».

Le tribunal estime qu'il ressort de ces éléments factuels, et notamment du fait que les conditions générales régissant le site internet Amazon.com émanent de « Amazon.com Inc », que la société Amazon.com ne peut soutenir qu'elle n'est en rien concernée par l'exploitation du site web Amazon.com.

Il n'y a en conséquence pas lieu de mettre cette partie hors de cause en l'espèce.

4.F. Quant au fond

35. M. Louboutin entend faire interdire l'usage par Amazon, dans la vie des affaires, de signes identiques à sa marque pour des produits identiques à ceux pour lesquels elle est enregistrée, à savoir des chaussures à hauts talons, alors que les chaussures à hauts talons pour lesquelles Amazon commet cet usage n'ont pas été mises sur le marché dans l'EEE par lui ou avec son consentement.

M. Louboutin fonde son action sur l'article 9, alinéa 2, sous a) du règlement n° 40/94, lequel porte que « *sans préjudice des droits des titulaires acquis avant la date de dépôt ou la date de priorité d'une marque de l'Union européenne, le titulaire de cette marque de l'Union européenne est habilité à interdire à tout*

tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d'un signe pour des produits ou services lorsque ce signe est identique à la marque de l'Union européenne et est utilisé pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels la marque de l'Union européenne est enregistrée ».

36. S'agissant de la notion d'usage dans la vie des affaires pour un produit, M. Louboutin souligne le fait que l'usage peut couvrir aussi bien des actes commis en public, tel que dans de la publicité, que des actes cachés du public, tels que la détention d'un produit aux fins de sa mise sur le marché.

37. Quant à l'imputabilité de l'acte d'usage, M. Louboutin plaide tout d'abord qu'il ressort des points 39 à 41 de l'arrêt Daimler du 3 mars 2016 de la Cour de justice dans l'affaire C-179/15 que l'usage visé par lesdites dispositions légales est imputable à toute personne qui a joué un rôle actif dans la commission de l'acte constituant cet usage et en a la maîtrise directe ou indirecte :

« 39 En ce qui concerne, tout d'abord, le libellé de cet article 5, paragraphe 1, il y a lieu de relever à titre d'exemple que, selon son sens habituel, l'expression 'zu benutzen', 'using', 'faire usage', 'usare', 'het gebruik', 'használ', employée respectivement dans les versions en langues allemande, anglaise, française, italienne, néerlandaise et hongroise de cette disposition, implique un comportement actif et une maîtrise, directe ou indirecte, de l'acte constituant l'usage. Or, tel n'est pas le cas si cet acte est effectué par un opérateur indépendant sans le consentement de l'annonceur, voire contre la volonté expresse de celui-ci.

40 S'agissant, ensuite, de l'économie de l'article 5 de la directive 2008/95, il importe de constater que cet article 5, paragraphe 3, qui énumère de manière non exhaustive les types d'usage que le titulaire de la marque peut interdire (voir arrêt Google France et Google, C236/08 à C238/08, EU:C:2010:159, point 65 ainsi que jurisprudence citée), mentionne exclusivement des comportements actifs de la part du tiers, tels que celui d' 'apposer' le signe sur les produits et leur conditionnement ou de l' 'utiliser' dans les papiers d'affaires et la publicité, d' 'offrir' les produits, de les 'mettre dans le commerce', de les 'détenir' à ces fins, de les 'importer' ou de les 'exporter' ou encore d' 'offrir' ou de 'fournir' des services sous ce signe.

41 Enfin, quant à la finalité de l'article 5, paragraphe 1, de la directive 2008/95, il ressort clairement de cette disposition qu'elle a pour but de fournir au titulaire un instrument légal lui permettant d'interdire, et ainsi de faire cesser, tout usage de sa marque qui est fait par un tiers sans son consentement. Cependant, seul un tiers qui a la maîtrise, directe ou indirecte, de l'acte constituant l'usage est effectivement en mesure de cesser cet usage et donc de se conformer à ladite interdiction ».

M. Louboutin ajoute que c'est donc bien à défaut d'un comportement actif dans la commission de l'acte constituant l'usage que la Cour, par sa jurisprudence antérieure, a jugé que l'usage ne pouvait être imputé à des tiers qui se limitent à « créer les conditions techniques nécessaires » à la commission par d'autres de l'acte constitutif de l'usage :

- Ainsi, le simple prestataire d'un service de référencement sur Internet (voyez les points 57 et 58 de l'arrêt Google France et Google, C236/08 à C238/08, EU:C:2010:159) ;

- Par analogie, le simple hébergeur (dans la société de l'information) d'une publicité reproduisant le signe, un tel hébergeur ne faisant qu'accomplir, par hypothèse légale, une activité revêtant « *un caractère purement technique, automatique et passif, qui implique que le prestataire n'a pas la connaissance ni le contrôle des informations transmises ou stockées* » (voyez les points 3, 101 et 102 de l'arrêt eBay du 12 juillet 2011 dans l'affaire C-324/09) ;

- Ou le tiers qui « se limite », sur instructions d'un tiers, à réaliser le seul stade de production consistant à remplir des cannettes déjà pourvues du signe (voyez les points 29 et 30 de l'arrêt Red Bull du 15 décembre 2011 dans l'affaire C-119/10) ;

- Ou encore le tiers, simple prestataire d'un service d'entreposage (voyez le point 45 de l'arrêt TOP du 16 juillet 2015 dans l'affaire C-379/14).

38. M. Louboutin expose encore qu'il ressort de l'ordonnance UDV du 19 février 2009 de la Cour de justice dans l'affaire C-62/08, que les circonstances que le tiers agit en qualité d'intermédiaire ou que ce tiers ne dispose d'aucun titre sur les produits visés par l'usage ou même que ce tiers n'est pas une partie intéressée dans la vente des produits visés par cet usage, sont dénuées de pertinence.

Il ajoute que quoiqu'il ressorte ainsi clairement de la jurisprudence de la Cour que le critère ultime dans l'appréciation de l'imputabilité de l'usage est celui du rôle actif ou non que le tiers a joué dans la commission de l'acte constituant l'usage, la Cour utilise parfois le critère complémentaire ou alternatif de la 'propre communication commerciale', pour juger de l'imputabilité d'un usage dans une communication (commerciale) (voyez le point 57 de l'arrêt Google précité, le point 102 de l'arrêt eBay précité et les points 41 et 42 de l'arrêt TOP précité).

M. Louboutin plaide encore que s'agissant plus spécifiquement de l'usage d'un signe identique dans de la publicité, la Cour précisa comme suit dans son arrêt AMS du 5 septembre 2019 dans l'affaire C-172/18 que le constat d'un tel usage ne dépendait pas de la question de savoir s'il avait généré des achats :

« 54 Ainsi, l'expression « le fait de contrefaçon » doit être comprise comme se rapportant aux actes, visés à cet article 9, que le requérant reproche au défendeur, tels que, en l'occurrence, des actes visés au paragraphe 2, sous b) et d), dudit article, consistant en des publicités et en des offres à la vente sous un

signe identique à la marque en cause, et ces actes doivent être considérés comme ayant été « commis » sur le territoire où ils ont acquis leur caractère publicitaire et d'offre à la vente, à savoir celui où le contenu commercial a effectivement été rendu accessible aux consommateurs et aux professionnels auxquels il était destiné. Le point de savoir si ces publicités et ces offres ont eu, par la suite, pour effet de provoquer l'achat des produits du défendeur est, en revanche, sans pertinence ».

39. M. Louboutin en conclut qu'il se déduit dès lors de la jurisprudence de la Cour de justice que :

- Un usage (dans la vie des affaires pour un produit) peut être imputé à toute personne ayant joué un rôle actif dans la commission de l'acte constitutif de l'usage en ayant pu le maîtriser, directement ou indirectement ;

- En conséquence, le fait d'agir en tant qu'intermédiaire n'est pas élusif de la qualité de tiers usager, sauf si, à l'exemple d'un simple hébergeur ou d'un simple entrepositaire, l'intermédiaire ne fait qu'offrir un service neutre par rapport à l'acte constitutif de l'usage ;

- En conséquence encore, l'usage d'un signe dans une publicité est imputable à toute personne l'ayant intégrée dans sa propre communication commerciale, peu importe si cette publicité provoque des achats dont profiterait cette personne.

Le demandeur se réfère également au point 27 de l'arrêt du 30 avril 2020 de la Cour de justice de l'Union européenne dans l'affaire C-772/18, selon lequel : « *« S'agissant du point de savoir si l'intéressé peut être considéré comme ayant lui-même fait usage d'un signe identique à une marque, alors même qu'il agissait dans l'intérêt économique d'un tiers, il y a lieu de relever que, pour la constatation d'un usage dans la vie des affaires, la propriété des produits sur lesquels la marque est apposée est dépourvue de pertinence. La Cour a, en effet, jugé que la circonstance qu'un opérateur utilise un signe correspondant à une marque pour des produits qui ne sont pas ses propres produits, en ce sens qu'il ne dispose pas de titre sur ceux-ci, n'empêche pas en soi que cet usage relève de l'article 5, paragraphe 1, de la directive 2008/95 (voir, en ce sens, arrêt du 12 juillet 2011, L'Oréal e.a., C324/09, EU:C:2011:474, point 91). »*

En conséquence, M. Louboutin plaide que les publicités litigieuses font intégralement partie de la communication commerciale de Amazon, dès lors qu'y figure, en tête de chaque annonce, la marque semi-figurative Amazon, laquelle est une marque de distributeur de grande renommée, et dès lors également qu'en leur composition elles ressemblent aux publicités usuelles des grands distributeurs, à savoir des publicités portant la marque du distributeur, une reproduction du produit proposé et son prix.

40. D'autre part, et en outre, M. Louboutin plaide également que la réponse à la question de savoir si une publicité ressort de la propre communication

commerciale d'une personne déterminée doit être appréciée dans le chef du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif auquel cette publicité est destinée.

Selon M. Louboutin, tout laisse à penser, par bon sens et par analogie avec une jurisprudence constante de la Cour sur les communications faites à l'adresse des consommateurs, en particulier sur Internet, que la perception de ces communications par leurs destinataires est très pertinente dans l'appréciation de la nature et de la licéité de telles communications, y compris par l'usage des marques, outils de communication par excellence. Il rappelle qu'il est ainsi de jurisprudence constante que c'est du point de vue du public concerné que les atteintes à une marque, par l'usage d'un signe identique ou similaire, doivent être appréciées.

M. Louboutin indique, enfin, qu'à son estime, la Cour de justice de l'Union européenne ne s'est pas encore prononcée sur cette importante question. Il propose dès lors qu'une question préjudicielle lui soit posée.

41. En réponse, Amazon indique tout d'abord qu'elle ne conteste pas que l'usage d'un signe dans une publicité peut constituer un usage de marque. Elle plaide toutefois que *« les offres de chaussures prétendument contrefaisantes publiées par des vendeurs tiers sur ses sites de vente et que l'expédition de ces chaussures vendues par ces derniers, ne constituent pas un usage de la marque par Amazon. »* (ses conclusions, pt 127). Elle ajoute que selon une jurisprudence établie, elle ne peut, en tant qu'opérateur de marché en ligne, être tenue responsable de l'usage (non autorisé) d'une marque par des tiers.

Amazon se fonde sur la jurisprudence récente de la Cour d'appel de Bruxelles dans une affaire très similaire à la présente, mettant en cause le même demandeur, opposé à des sociétés sœurs ou filiales des défenderesses, à savoir Amazon Europe Core Sàrl, Amazon EU Sàrl et Amazon Services Europe Sàrl (Bruxelles, 25 juin 2020, RG 2019/AR/1480).

Dans cette affaire, M. Louboutin avait soumis à la Cour d'appel des publicités très similaires à celles en cause en l'espèce.

La Cour d'appel de Bruxelles, dans l'arrêt précité, a jugé comme suit : *« 13. Par conséquent, l'usage de la marque dans une annonce d'offre en vente de produits contrefaisants émanant d'un vendeur tiers n'est pas imputable à l'exploitant de la place de marché en ligne – même si l'identité de ce dernier est visible –, car il ne relève pas de la propre communication commerciale de celui-ci.*

La circonstance que l'annonce de l'offre en vente est le fait du vendeur tiers, et non celui de l'exploitant de la plateforme de commerce en ligne, donnée objective, suffit à écarter un usage dans le chef de ce dernier.

La CJUE n'exige pas que, en outre, le public perçoive que l'annonce de la mise en vente émane du vendeur tiers et non de l'exploitant de la plateforme de commerce en ligne ; la perception du public n'a donc pas d'incidence lorsqu'il s'agit de déterminer la personne qui est l'auteur de l'usage infractionnel du signe dans le contexte présent. »

Et la Cour ajoute :

« 15. Vainement M. Louboutin met-il en exergue le point 116 de l'arrêt L'Oréal dans lequel la CJUE définit les conditions dans lesquelles il doit être considéré que l'exploitant de la place de marché en ligne a occupé une position neutre ou, au contraire joué un rôle actif (son assistance ayant notamment consisté à optimiser la présentation des offres à la vente ou à les promouvoir). Ces considérations sont relatives à la responsabilité de l'exploitant de la place de marché en ligne au regard de la directive sur le commerce électronique : selon la CJUE, la circonstance que l'exploitant du site joue(ra)it un rôle actif dans l'élaboration de l'annonce publicitaire peut avoir pour effet, le cas échéant, de le priver du bénéfice des limitations de responsabilité prévues en sa faveur, à l'égard des règles de droit commun en matière de responsabilité. Mais la demande de M. Louboutin ne porte pas sur l'application de ces dernières règles aux agissements d'Amazon (qui ne ressortent du reste pas de la compétence du juge des cessations).

16. C'est en vain également que M. Louboutin invoque les principes dégagés dans l'arrêt Daimler (C.J.U.E., 3 mars 2016, C-179/15, Daimler AG), les faits de la cause se différenciant nettement de ceux ayant donné lieu à l'arrêt L'Oréal et de ceux du présent litige. Dans l'arrêt Daimler, il était acquis que c'était le vendeur – auteur d'une annonce publicitaire – et non l'exploitant du site hébergeant l'annonce qui était l'utilisateur de la marque figurant dans l'annonce. La question soumise à la CJUE portait sur le point de savoir si le vendeur continuait à faire usage de la marque dans l'hypothèse où l'annonce était maintenue contre sa volonté et ses efforts pour la supprimer. Cet arrêt, se référant aux arrêts Google et Frisdranken Industrie Winters, commence par constater que la mise en ligne d'une annonce publicitaire sur un site internet est imputable à l'annonceur qui a commandé cette annonce et sur instruction duquel l'exploitant du site, en tant que prestataire de service, a agi (point 34). Certes, l'arrêt poursuit en indiquant que l'annonce cesse d'être imputable à cet annonceur si l'exploitant du site maintient l'annonce alors que l'annonceur lui a expressément demandé de la supprimer (idem). Mais, ce faisant, l'arrêt Daimler ne remet pas en cause le fait que l'annonce reste imputable à l'annonceur (et non à l'exploitant du site) aussi longtemps que sa mise en ligne sur le site est conforme aux instructions de l'annonceur ; et surtout, il ne se prononce pas sur l'imputabilité de l'usage de la marque à l'exploitant du site. En outre, lorsque l'arrêt retient la nécessité d'un comportement actif de la part du tiers visé par l'article 5 de la directive 2008/95 (l'apposition du signe, son utilisation dans les papiers d'affaire ou la publicité, ou encore l'offre, la détention, la mise dans le commerce, l'importation, l'exportation... du produit), il s'agit d'insister sur la nécessité que l'acte d'usage

incriminé soit posé par une personne qui a la maîtrise de l'usage car seul celui « qui a la maîtrise, directe ou indirecte, de l'acte constituant l'usage est effectivement en mesure de cesser cet usage et de se conformer à ladite interdiction » (idem, point 41).

17. Il résulte de ce qui précède qu'en l'espèce, l'usage d'un signe incriminé dans les publicités qui apparaissent sur les sites internet Amazon.fr et Amazon.de pour le compte d'un vendeur tiers – que son identité soit ou non mentionnée – est imputable audit vendeur tiers, et non à Amazon elle-même, quand bien même le public aurait une autre perception, notamment que l'offre en vente émanerait de l'exploitant du site qui utiliserait la marque dans le cadre de sa propre marque commerciale.

Compte tenu de ce qui précède, il n'y a pas lieu de poser la deuxième question préjudicielle suggérée par M. Louboutin, celle-ci reposant sur la prémisse inexacte que la perception du public quant à l'auteur de la publicité serait pertinente ».

42. Amazon déduit de cet arrêt qu'en l'espèce également, il convient de juger que la reproduction, dans des publicités que Amazon estime faites par des vendeurs tiers pour des chaussures à talons hauts, de signes qui sont identiques à la marque de M. Louboutin, ne constitue pas un usage de la marque qui puisse être imputé à Amazon.

43. Amazon ajoute, s'agissant de la question de savoir s'il convient d'avoir égard à la perception du consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif, destinataire d'une publicité, pour évaluer si cette publicité résulte de la communication commerciale d'une personne, que, contrairement à ce que soutient M. Louboutin, la Cour de justice de l'Union aurait déjà répondu à cette question.

Amazon fait en effet valoir que la circonstance qu'à aucun moment, l'arrêt L'Oréal/eBay de la Cour de justice ne mentionne la perception du consommateur, démontrerait que ce paramètre n'est pas pertinent pour répondre à cette question.

En effet, selon Amazon, en ne tenant pas compte de la perception du consommateur au moment d'examiner la question de savoir si l'usage d'une marque est imputable à une partie (telle que l'opérateur d'une place de marché en ligne), la Cour de justice se serait implicitement mais incontestablement prononcée sur cette question.

Ce faisant, la Cour de justice aurait clairement indiqué que ce facteur n'est pas pertinent et qu'il ne faut pas en tenir compte lors de l'évaluation de l'imputabilité de l'usage d'une marque. Partant, selon Amazon, pour la Cour de justice, la perception du consommateur ne serait pas pertinente en vue de déterminer l'imputabilité de l'usage d'une marque à l'opérateur d'une place de marché en ligne.

Amazon plaide encore que, dans l'affaire Coty, la Cour de justice aurait été claire sur la circonstance que, lorsqu'un opérateur économique ne poursuit pas lui-même l'objectif d'offrir les produits ou de les mettre dans le commerce, on ne peut conclure que l'acte constituant l'usage de la marque soit accompli par cette personne, ni que le signe soit utilisé dans le cadre de sa propre communication commerciale.

44. M. Louboutin réplique en mettant l'accent sur le fait que, non seulement, Amazon s'implique activement dans le contenu des publicités litigieuses, mais surtout, que, par leur présentation uniforme mélangeant ses propres produits et les produits de tiers, ces publicités semblent toutes être les propres publicités d'Amazon, ce qui n'est nullement le cas des publicités affichées sur les grandes plateformes telles que Google, eBay, Alibaba ou Rakuten. Il ajoute que l'appropriation par Amazon de ces annonces est également démontrée par le fait que celle-ci offre la plupart des services offerts traditionnellement par les vendeurs des produits vantés par ces publicités.

45. Le tribunal estime que la réponse à la question des circonstances dans lesquelles l'usage d'un signe contrefaisant dans une publicité pourrait être imputé à l'exploitant d'un site de vente en ligne qui est également un distributeur est nécessaire pour la résolution du litige qui lui est soumis.

La question de savoir si et dans quelles circonstances la perception du public par rapport à cette publicité serait pertinente pour conclure à l'imputabilité d'un tel usage doit également être soumise à la Cour de justice de l'Union européenne.

46. M. Louboutin reproche d'autre part à Amazon l'usage d'un signe contrefaisant sa marque lors de l'expédition de produits portant ledit signe.

M. Louboutin relève qu'il n'est pas contesté par Amazon que le fait d'expédier à un acheteur un produit portant un signe identique à une marque constitue un acte d'usage de ce signe, tout comme les faits, cités expressément par la loi, d'importer ou d'exporter un tel produit.

Quant à l'imputabilité d'un tel acte, il ne peut, selon M. Louboutin, être visé par les dérogations en matière de responsabilité prévues à l'article 14, paragraphe 1, de la directive 2000/31. M. Louboutin se réfère à cet égard aux conclusions du 28 novembre 2019 de l'avocat général Campos Sanchez-Bordona dans l'affaire C-567/18:

« Ces dérogations sont limitées au processus technique d'exploitation et de fourniture d'un accès à un réseau de communication sur lequel les informations fournies par des tiers sont transmises ou stockées temporairement. Elles ne sauraient dès lors être appliquées à une activité telle que le stockage physique et la remise matérielle des produits. »

En outre, la Cour a exclu que l'article 14, paragraphe 1, de la directive 2000/31, s'applique à l'opérateur d'une place de marché en ligne jouant un rôle actif, tel que prêter « une assistance laquelle a notamment consisté à optimiser la présentation des offres à la vente [...] ou à promouvoir ces offres » (points 62 et 63).

M. Louboutin estime dès lors que l'usage par l'expédition d'un tel produit est certainement imputable à l'expéditeur, en l'occurrence Amazon, qui sait ou est censé savoir que le produit est pourvu du signe.

Il ajoute que Amazon ne peut soutenir que cet usage ne pourrait lui être reproché que si elle avait une connaissance effective de l'atteinte, ce qu'elle n'a pas, à défaut pour elle de contrôler visuellement tous les produits qu'elle expédie. M. Louboutin se réfère à ce sujet aux conclusions précitées de l'avocat général Campos Sanchez-Bordona :

« L'importante implication de ces entreprises, au travers de ce programme, dans la mise des produits sur le marché implique que l'on peut attendre d'elles qu'elles fassent preuve d'un soin particulier (diligence) en matière de contrôle de la licéité des marchandises dont elles font commerce. Elles ne peuvent pas simplement se décharger de leur responsabilité en l'imputant exclusivement au vendeur, précisément parce qu'elles sont conscientes que, sans ce contrôle, elles peuvent facilement servir de canal pour la vente de « produits illégaux, contrefaisants, piratés, volés, ou illicites ou contraires à l'éthique d'une quelconque autre manière, portant atteinte aux droits de propriété de tiers » (point 82).

M. Louboutin en conclut que l'expédition par Amazon de chaussures portant un signe contrefaisant est un usage illicite pouvant être imputé à Amazon.

47. En réponse, Amazon se réfère sur ce point également à l'arrêt précité de la Cour d'appel de Bruxelles, selon lequel:

« 28. Cet acte ne constitue toutefois pas un acte d'usage dans le chef d'Amazon. (...) »

Se référant à la jurisprudence antérieure de CJUE, puis à l'arrêt Coty, la Cour d'appel de Bruxelles poursuit :

« 29. (...) Il ressort en substance de l'arrêt Coty que l'usage de la marque n'est pas imputable à l'opérateur économique qui ne poursuit pas, lui-même, la finalité d'offrir à la vente les produits sous le signe incriminé (point 45 et 47 de l'arrêt Coty) – cet opérateur économique étant l'exploitant d'une plateforme de commerce en ligne, doublée d'un service d'entreposage de produits en vue de leur expédition. La CJUE rappelle à cet égard sa jurisprudence en vertu de laquelle « le fait de créer les conditions techniques nécessaires pour l'usage d'un signe et d'être rémunéré pour ce service ne signifie pas que celui qui rend ce service fasse lui-même usage dudit signe » (point 43).

Bien que la CJUE réserve deux hypothèses où l'usage de la marque dans l'offre de vente est imputable à un opérateur économique du type d'un exploitant d'une place de marché en ligne, ces hypothèses sont étrangères à la demande de M. Louboutin. Dans la première hypothèse, l'opérateur économique offre lui-même des produits à la vente sous le signe incriminé et les détient pour son propre compte et non pour le compte de vendeurs tiers, et dans la seconde hypothèse, il est en défaut de pouvoir identifier le vendeur tiers (point 48).

Si la CJUE n'a traité que l'acte d'usage qui lui était soumis – la question préjudicielle portant sur l'entreposage pour un tiers de produits contrefaisants – les enseignements de cet arrêt sont transposables à l'expédition car elle n'est que le prolongement du premier acte, constituant en quelque sorte une « détention en mouvement ». Ce constat s'impose même si l'entreposeur – ou, en l'espèce, l'expéditeur – sait ou est censé savoir que le produit est revêtu d'un signe contrefaisant.

30. Il n'y a pas lieu de poser une nouvelle question préjudicielle à la CJUE, dès lors que la solution a déjà été clairement indiquée par la CJUE.

L'appel de M. Louboutin est non fondé sur ce point ».

Amazon plaide en conséquence que, dans le cas d'espèce également, la question de l'imputabilité à Amazon de l'expédition de « produits identiques » (chaussures à hauts talons) « qui portent un signe identique à la Marque » vendus par des tiers vendeurs, doit être tranchée dans le même sens : il ne s'agit pas d'un usage de marque par Amazon qui soit imputable à cette dernière.

48. M. Louboutin ne partage pas cette thèse. Se référant lui aussi à l'arrêt Coty de la CJUE, il relève que la réponse donnée par la Cour dans cet arrêt prend explicitement comme hypothèse que l'entreposeur n'a pas connaissance de l'atteinte, d'une part, et que c'est un tiers qui poursuit la mise dans le commerce du produit, d'autre part.

Il plaide qu'il est « audacieux » de déduire de cet arrêt que la même réponse s'imposerait si l'entreposeur ou l'expéditeur avait connaissance de l'atteinte.

M. Louboutin pointe d'autre part que l'expédition d'un produit à un consommateur qui l'a commandé ne peut être assimilée à une simple détention du produit, dès lors que l'expédition, lorsqu'elle est l'exécution d'une commande, implique que l'expéditeur ait connaissance de ce qu'il expédie.

49. Le tribunal estime que la réponse à la question de la pertinence des circonstances entourant l'expédition d'un produit revêtu d'un signe portant atteinte à une marque est nécessaire pour cerner l'application de l'article 9, paragraphe 2 du règlement 2017/1001 sur la marque de l'Union européenne dans la présente cause.

Il convient dès lors de soumettre à la Cour de justice de l'Union européenne la question préjudicielle reprise au dispositif du présent jugement.

Dans l'attente des réponses de la Cour, il s'impose de surseoir à statuer pour le surplus.

PAR CES MOTIFS,

Nous, Françoise Jacques de Dixmude, vice-président au tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles, siégeant en remplacement du président, assistée de Mme Céline Depris, greffier en chef a.i.,

Statuant contradictoirement,

Déclarons valable la citation introductive d'instance,

Nous déclarons internationalement compétent pour connaître de la cause,

Recevons les demandes,

Disons non fondée la demande de M. Louboutin tendant à l'écartement des débats des conclusions déposées par Amazon le 14 février 2020,

Disons non fondée la demande de M. Louboutin de condamner Amazon au paiement d'une somme de 50.000,00 € à titre de sanction d'un comportement téméraire et dilatoire,

Disons n'y avoir lieu à suspension de la procédure en application de l'article 132 §1 RMUE,

Disons non fondée la demande reconventionnelle de Amazon tendant à la nullité de la marque de l'Union européenne n°8845539 de M. Louboutin,

Avant dire droit plus avant,

Soumettons à la Cour de justice de l'Union européenne les questions préjudicielles suivantes :

1ère question :

L'article 9, paragraphe 2 du règlement 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil du 14 juin 2017 sur la marque de l'Union européenne doit-il être

interprété en ce que l'usage d'un signe identique à une marque dans une publicité affichée sur un site est, en principe, imputable à son exploitant si, dans la perception d'un internaute normalement informé et raisonnablement attentif, cet exploitant a joué un rôle actif dans l'élaboration de cette publicité ou que cette dernière peut être perçue par un tel internaute comme faisant partie de la propre communication commerciale de cet exploitant ?

Une telle perception sera-t-elle influencée :

- par la circonstance que cet exploitant est un distributeur renommé de produits les plus variés, dont des produits de la catégorie de ceux vantés dans la publicité ;

- ou par la circonstance que la publicité ainsi affichée présente un en-tête dans lequel est reproduite la marque de service de cet exploitant, cette marque étant renommée comme marque de distributeur ;

- ou encore, par la circonstance que cet exploitant offre concomitamment à cet affichage des services traditionnellement offerts par les distributeurs de produits de la même catégorie que celle dont relève le produit vanté par la publicité ?

2ème question :

L'article 9, paragraphe 2 du règlement 2017/1001 sur la marque de l'Union européenne doit-il être interprété en ce que l'expédition, dans la vie des affaires et sans le consentement du titulaire d'une marque, au consommateur final d'un produit pourvu d'un signe identique à la marque, n'est constitutive d'un usage imputable à l'expéditeur que si ce dernier a une connaissance effective de l'apposition de ce signe sur ce produit ?

Un tel expéditeur est-il l'utilisateur du signe concerné si lui-même ou une entité liée économiquement a annoncé au consommateur final se charger de cette expédition après avoir lui-même ou une entité liée économiquement stocké le produit à cette fin ?

Un tel expéditeur est-il l'utilisateur du signe concerné si lui-même ou une entité liée économiquement a préalablement contribué activement à l'affichage, dans la vie des affaires, d'une publicité pour le produit pourvu de ce signe ou a enregistré la commande du consommateur final au vu de cette publicité ?

Réservons à statuer pour le surplus,

Réservons les dépens.

Ordonnons à notre greffe l'envoi du présent jugement au greffe de la Cour de justice de l'Union européenne par lettre recommandée à la poste à l'adresse suivante :

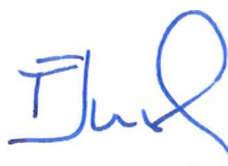
Cour de justice de l'Union européenne
Greffé de la Cour
Rue du Fort Niedergrünewald
L-2925 Luxembourg

Ainsi que par courriel à l'adresse : ECJ.Registry@curia.europa.eu

Le présent jugement a été rendu et prononcé à l'audience publique extraordinaire de la chambre des actions en cessation – salle E fr- du Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles, boulevard de Waterloo, 70 à 1000 Bruxelles, le **22 MARS 2021**



C. Depris



F. Jacques de Dixmude