



Master 2 mention Droit des affaires parcours droit de la propriété industrielle

Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales, Université de Lille

*Année universitaire 2024-2025*

## **Mémoire de recherche**

Personnalisation à risque : le défi du tuning pour la propriété intellectuelle

*Dans quelle mesure les modifications esthétiques peuvent-elles être considérées comme légitime par le propriétaire du véhicule et à quel point ces transformations peuvent être constitutives d'une atteinte aux droits de la propriété intellectuelle ?*

Rédigé et soutenu par : Célia Bouriez

Directrice de mémoire : Madame le professeur LE GOFFIC Caroline

Membres du jury de soutenance : Madame le professeur LE GOFFIC Caroline et Monsieur GRAVE-RENAUD Gonzague

## Remerciements

*Je tiens à adresser mes sincères remerciements à ma Directrice de mémoire, Madame Le Goffic, qui a cru en mon sujet et m'a accompagnée avec patience et bienveillance tout au long de ce travail. Ses conseils éclairés et son regard attentif ont été un véritable appui dans la réalisation de ce projet.*

*Je souhaite également remercier ma famille, mon conjoint, mes proches et mes collègues pour leur soutien indéfectible, leurs encouragements et leur présence rassurante dans les moments de doute comme dans les étapes de réussite.*

*Enfin, une pensée toute particulière pour mes soeurs et mes amies, qui m'ont soutenue sans relâche pendant le processus de rédaction. Leur écoute, leurs encouragements et leur énergie ont été essentiels pour garder le cap.*

## **Liste des abréviations**

ADPIC : Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle

Aff. : Affaire

CA : Cour d'Appel

Cass : Cour de cassation

Civ : Civil

CJUE : Cour de justice de l'Union Européenne

CPI : Code de la Propriété Intellectuelle

Crim : Criminel

EUIPO : Office de l'Union Européenne pour la propriété intellectuelle

INPI : Institut Nationale de la Propriété Intellectuelle

P : Page

PI : Propriété Intellectuelle

## **Sommaire**

Titre 1 - Les fondements juridiques de la propriété intellectuelle appliqués aux véhicules

Chapitre 1 - Les actifs immatériels comme protection phare de l'identité commerciale

Chapitre 2 - Les droits de propriété intellectuelle : entre circulation et zone de dérogations

Titre 2 - Les défis et restrictions du tuning face aux droits exclusifs

Chapitre 1 - Une balance entre le droit de propriété et liberté de modification de son bien

Chapitre 2 - Des statuts différenciables et à différencier : particulier et professionnels

## Introduction

“Un rassemblement illégal autour du tuning se solde par cinq mandats d’arrêts”<sup>1</sup> ; “Des excès de vitesse en marge d’un rassemblement de tuning du côté de Reims”<sup>2</sup>; “la police met fin à un rassemblement de tuning à Ghlin-Clone”<sup>3</sup>... La presse généraliste a tendance à parler du tuning lorsque des débordements ont lieu. Il est vrai que lorsque l’on évoque le tuning le sujet fait sourire et ne fait pas directement penser à un sujet juridique. Pourtant, ce phénomène représente de réels enjeux culturels, sociétaux et juridiques.

Cette pratique commence dans les années 1960 mais se démocratise davantage avec l’arrivée de films comme “Fast & Furious” ou de jeux vidéo qui prônent une individualisation du véhicule comme le reflet de l’identité de son conducteur et/ou de son propriétaire. De l’achat de peinture spéciale pour carrosserie aux transformations lourdes du moteur ou des suspensions, en passant par l’acquisition d’accessoires de personnalisation tels que des jantes, des ailerons ou des stickers personnalisés, ce marché représente un circuit économique engrangeant des milliards d’euros chaque année. Les acteurs du marché sont nombreux : les groupes automobiles, les équipementiers, les garagistes et bien entendu les particuliers en tant que consommateur ou tant que “mécaniciens amateurs”.

Pour mieux comprendre les enjeux du tuning, il est essentiel de connaître les termes qui peuvent être employés face à ce sujet.

D’abord, le tuning consiste à "apporter des modifications esthétiques et/ou techniques à un véhicule afin de le personnaliser, d’y ajouter des équipements, voire d’en améliorer les performances"<sup>4</sup>. On évoquera le terme de voiture “tunée” lorsque celle-ci a subi des transformations visibles telles que le remplacement de pièces de carrosserie, l’ajout d’accessoires, la modification de l’éclairage ou encore l’installation d’éléments décoratifs. Une des pratiques reliées est celle du covering désignant une technique

---

<sup>1</sup> Article du journal “*Le soir*” du 19 août 2025.

<sup>2</sup> Article du journal “*l’Union*”, 16 août 2025.

<sup>3</sup> Article du journal “*l’Avenir*”, 16 août 2025.

<sup>4</sup> Assureur MMA, réglementation du tuning auto, nov. 2020.

spécifique consistant à recouvrir la carrosserie d'un film adhésif, généralement dans un but esthétique ou publicitaire, sans altérer la peinture d'origine. Ces films adhésifs permettent de ce fait de changer la couleur d'un véhicule. Ces biens sont conçus, fabriqués et commercialisés par des groupes automobiles composés de constructeurs, souvent au sein de grandes multinationales détenant des parts de marché importantes. Les équipementiers sont quant à eux des entreprises spécialisées dont les produits sont des pièces détachées, des composantes ou des accessoires destinés soit aux constructeurs directement soit au marché secondaire, leur rôle est essentiel pour le secteur. Les pièces détachées regroupent les composantes de rechanges qu'elles soient d'origine ou d'occasion, elles sont présentes dans tous les secteurs : de l'électroménager à l'automobile en passant par l'aéronautique ou le naval. Ce sujet étant en lien avec la propriété intellectuelle, il appelle *in fine* à aborder la notion de contrefaçon, entendue comme la reproduction ou l'imitation frauduleuse d'un droit de propriété intellectuelle sans l'autorisation de son titulaire. Les objets contrefaisants sont donc des biens qui portent atteinte à un droit protégé, qu'il s'agisse d'une marque, d'un dessin ou d'un modèle. Enfin, la personne qui réalise de tels actes est qualifiée de contrefacteur et engage sa responsabilité civile et pénale en raison de l'atteinte portée aux droits de propriété intellectuelle.

Cette personnalisation automobile soulève de véritables interrogations juridiques complexes. Une fois acquis, le véhicule devient la propriété de l'acheteur qui dispose en principe d'une liberté de jouissance et de modification comme il pourrait le faire avec sa résidence principale. Or le design originel de la voiture, le logo de la marque y étant apposé, ses lignes de carrosserie ainsi que certains accessoires constituent des créations protégées par les différentes catégories de droit de propriété intellectuelle. Vient alors se poser une question essentielle, jusqu'où le propriétaire du véhicule va pouvoir réaliser des modifications sans porter atteinte aux droits exclusifs du constructeur automobile ?

Ce sujet n'est pas purement théorique, d'un côté le tuning peut être défendu comme l'objet d'une expression individuelle légitime, une manière pour le propriétaire de s'approprier pleinement son véhicule. De l'autre, certaines transformations peuvent

altérer le véhicule de manière à le présenter comme appartenant à une autre marque automobile et de ce fait flouter l'image de marque du constructeur, détourner ou dénaturer son design protégé. Cela peut également être entendu comme une volonté de concurrencer les produits officiels ou de personnalisation des groupes automobiles. Par exemple : utiliser le covering pour modifier la couleur du véhicule au lieu de payer un extra lors de la commande du véhicule. À cela s'ajoutent des considérations économiques, puisque l'industrie du tuning constitue un marché parallèle susceptible d'échapper aux constructeurs et de fragiliser leur contrôle sur l'exploitation de leurs créations. Le tuning représente alors de véritables enjeux juridiques, en particulier la protection des actifs immatériels des groupes automobiles.

Au sein de ce sujet, la réflexion se portera sur les modifications esthétiques sur des véhicules de particulier au regard de la législation nationale et européenne. Les modifications techniques ne seront pas abordées ici. Cela renverrait à un sujet plus technique concernant des sujets d'ingénieurs plutôt que des raisonnements purement juridiques. La recherche porte également sur le rapport entre le propriétaire du véhicule et les droits des constructeurs. Ce n'est pas le marché des accessoires qu'il s'agira d'évoquer mais davantage l'action de modification opérée sur un véhicule déjà acquis. Le tuning pouvant être opéré par le propriétaire ou par un atelier spécialisé, l'enjeu pour les groupes automobiles reste le même : l'atteinte ou non à leurs droits exclusifs.

Aussi, une question essentielle ressort de l'étude de ce sujet : celle de la coexistence entre les droits de propriété intellectuelle des constructeurs automobiles et la liberté que détiennent les propriétaires sur leur bien, notamment celle de le modifier. À l'achat d'un véhicule, le propriétaire ne va pas s'interroger sur les actifs immatériels de l'entreprise. Pourtant, les véhicules ne sont pas de simples objets utilitaires, ce sont des créations esthétiques pour l'entreprise et à ce titre, ils sont protégés par plusieurs droits de propriété intellectuelle : les dessins et modèles, le droit d'auteur et la marque. Ce sujet est par ailleurs toujours d'actualité, en particulier au regard de l'adoption récente d'un règlement européen sur les dessins et modèles évoquant la question des pièces

détachées<sup>5</sup>. Or sans pièces détachées, il n'est pas possible de tuner les véhicules, alors le défi juridique que représente ce sujet est bien actuel.

Se pose ainsi la problématique suivante : dans quelle mesure les modifications esthétiques peuvent-elles être considérées comme légitime par le propriétaire du véhicule et à quel point ces transformations peuvent être constitutives d'une atteinte aux droits de la propriété intellectuelle ?

Plusieurs hypothèses sont envisageables. La première est qu'effectivement le tuning est une atteinte pleine et entière aux droits de propriété intellectuelle des constructeurs automobiles, et de fait, il faudrait interdire cette pratique.

La seconde concerne la possibilité que les propriétaires en tant que particuliers ne réalisent pas de tuning dans le but de porter atteinte aux droits exclusifs des groupes automobiles et qu'ils disposent simplement de leur bien à savoir leur véhicule comme des propriétaires d'une maison feraient des modifications sur celle-ci. Enfin, une dernière hypothèse peut être proposée : les groupes automobiles ne vont pas considérer le tuning comme une atteinte effective à leur monopole conférer par leurs actifs immatériels, tant que cette pratique n'implique pas un profit économique de la part des personnes réalisant du tuning, sauf si ces derniers viennent porter atteinte à leur réputation. Le sujet concernant le "parent pauvre" des droits de propriété intellectuelle, il s'agira de faire de nombreux parallèles avec d'autres droits pour pouvoir définir une réponse à ces différentes hypothèses.

Le développement de cette problématique s'analyse en deux parties. D'abord, il s'agit de se pencher sur les fondements juridiques de la propriété intellectuelle applicables au domaine automobile en montrant quels mécanismes juridiques protègent l'identité et le design propres à chaque modèle de voiture. Les créations esthétiques protégeables par les dessins et modèles et le droit d'auteur, ainsi que par le droit des

---

<sup>5</sup> Règlement (UE) 2024/2822 du parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2024 modifiant le règlement (CE) n° 6/2002 du Conseil sur les dessins ou modèles communautaires et abrogeant le règlement (CE) n° 2246/2002 de la Commission.

marques doivent répondre aux conditions de protection même si des exceptions sont prévues au monopole exclusif des groupes automobiles ( Titre 1).

Puis, il faudra explorer la question des défis que le tuning impose à cette protection. D'une part, en mettant en lumière la tension entre le droit de propriété des constructeurs et la liberté des propriétaires à réaliser des transformations ou des personnalisations sur leur véhicule. D'autre part, il sera nécessaire de distinguer également les particuliers et les professionnels qui ne pratiquent pas toujours le tuning de la même manière. Cela permettra de montrer comment usages réels et protection juridique peuvent entrer en conflit (Titre 2).

# Titre 1 - Les fondements juridiques de la propriété intellectuelle appliqués aux véhicules

La propriété intellectuelle joue un rôle clé dans la protection de l'identité et de la valeur commerciale des groupes automobiles. La protection juridique des véhicules et de leurs composants esthétiques repose principalement sur trois régimes : les dessins et modèles, le droit d'auteur et les marques. À travers ce socle juridique, il est souligné l'importance stratégique des actifs immatériels dans le pilotage de la conception et de la commercialisation du design automobile (Chapitre 1). Puis, dans un second temps sera examiner les exceptions et les dérogations aux droits de propriété intellectuelle, notamment par l'instauration d'une clause de réparation, même si celle-ci n'est pas synonyme d'acceptation du tuning par les acteurs principaux du marché (Chapitre 2). Ce processus juridique permet néanmoins de pousser à une coexistence entre protection des créations et usage légitimes par les consommateurs ou les professionnels amenant ainsi à mieux comprendre les défis et les limites de la propriété intellectuelle dans le secteur automobile.

## Chapitre 1 - Les actifs immatériels comme protection phare de l'identité commerciale

Le secteur automobile ne se contente pas de la technique et de la performance : il fait également le choix de reposer sur une conception esthétique et identitaire soigneusement élaborée par les constructeurs et designers automobiles. La protection de ces créations s'agissant du design des véhicules ou de l'image commerciale associée à une marque, s'inscrit dans le cadre de la propriété intellectuelle. Cela sous-tend que plusieurs droits clés attachés au style et à l'apparence des véhicules doivent être analysés. Par ailleurs, ça permet d'envisager la portée des dessins et modèles, tout en examinant le rôle complémentaire et identitaire de la marque. En revanche, des limites à cette protection existent, en particulier des exceptions prévues par la législation et conformément au principe du triple test. L'ensemble de ces outils juridiques permettent un encadrement de la créativité dans le secteur automobile, afin de mieux comprendre l'équilibre entre innovation esthétique et respect des droits exclusifs des créateurs.

## Section 1 - Les droits clés du style automobile

Du croquis initial au modèle sur route, le design automobile se protège par des droits clés. Si plusieurs catégories de droits de propriété intellectuelle existent, lorsque il est évoqué l'industrie automobile, c'est les dessins et modèles qui sont généralement cités. Les designs automobiles sont considérés comme des créations esthétiques au regard de la propriété intellectuelle. La protection par les dessins et modèles représente alors, un atout essentiel pour le secteur automobile (I) . Néanmoins, il n'est pas le seul mécanisme de propriété intellectuelle utilisé. Il existe en effet une corrélation entre les dessins et modèles et le droit d'auteur. Un régime de protection légèrement différent des dessins et modèles mais tout aussi important (II). Encore faut-il maîtriser les conditions d'application de chacun de ces droits.

### I - L'évidence des dessins et modèles

Le terme dessin est souvent associé à une représentation en deux dimensions tandis que le modèle est lui une matérialisation en trois dimensions. Le Code de la propriété intellectuelle l'a d'abord regardé sous le prisme de "l'apparence d'un produit, ou d'une partie de produit, caractérisée en particulier par ses lignes [...]. Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation"<sup>6</sup>. Pour autant, il ne s'agit plus d'une simple description d'un modèle ou d'un dessin mais la caractérisation d' "une apparence dépourvue de toute configuration"<sup>7</sup>.

Les dessins et modèles sont une catégorie parfois oubliée de la propriété industrielle, a contrario des brevets ou des marques. Ils protègent une apparence ornementale d'un produit. Autrement dit, le dessin ou le modèle ne peut être invoqué que lorsque le design du produit, ou en l'occurrence le design du véhicule, se détache de la simple apparence d'utilisation. Cette catégorie de propriété intellectuelle a une importance capitale dans le secteur automobile. Pour le consommateur, acheter une automobile ne se résume pas à ses performances techniques : le design constitue un critère

---

<sup>6</sup> Article L511-1 du CPI.

<sup>7</sup> J.AZÉMA, J.-C. GALLOUX, *chapitre 1 le droit français des dessins et modèles*, in Droit de la propriété industrielle, Précis, 8<sup>e</sup> édition, Dalloz, 2017.

déterminant, participant à l'attractivité du modèle et influençant autant, voire davantage, le choix d'achat. La protection du design automobile est un point important pour les entreprises, peut-être même davantage que les brevets pour développer une image de marque. Néanmoins, pour pouvoir prétendre à la protection par les dessins et modèles, le design devra remplir plusieurs conditions cumulatives.

Le Code de la Propriété Intellectuelle évoque d'abord la condition du caractère propre<sup>8</sup>. Cela signifie que le design pour être valide ne doit pas être déterminé dans sa forme par sa fonction, il ne sera pas protégé si son aspect répond seulement à la technique du produit.

Afin d'apprécier le caractère propre de la création esthétique, la jurisprudence a précisé que l'aspect ne peut être apprécié que par le regard d'un utilisateur averti<sup>9</sup>. Pour juger de cette condition, ce dernier doit en principe être défini comme la personne de référence dans le domaine. Si l'on évoque le domaine de la mode : un désigner, un styliste ou encore un maroquinier.

Le secteur automobile semble connaître une particularité : l'utilisateur averti n'est pas forcément une personne du métier. En effet, la jurisprudence communautaire est venue clarifier la notion, cela peut être un individu s'intéressant aux voitures, qu'il soit simple conducteur ou utilisateur de catégories de véhicules particuliers ou une personne s'intéressant au domaine automobile, en consultant par exemple des revues spécialisées<sup>10</sup>.

Une critique peut d'ores et déjà être émise : un conducteur lambda n'est pas assurément un utilisateur de modèle particulier de voiture. Par exemple, en prenant seulement le critère du conducteur, si celui-ci roule en ©Citroën, ou en ©Peugeot, il ne connaîtra pas forcément les derniers modèles ©Alpine ou la différence entre une Porsche 911 Carrera et une Porsche 911 Carrera T.

---

<sup>8</sup> Article L511-2 du CPI.

<sup>9</sup> TGI Paris, 9 février 2006.

<sup>10</sup> Tribunal de l'Union Européenne 6 juin 2019 n°T-192/18.



©Porsche



©Porsche

Dès lors, la qualification du caractère propre identifié par un utilisateur averti, au sens de la jurisprudence européenne peut soulever des questions.

Pour autant, quelques éléments objectifs sont utilisés pour définir correctement le caractère propre de la création esthétique en attente d'enregistrement.

Le législateur français évoque lors de l'appréciation de ce critère, qu'il doit être étudié en tenant "compte de la liberté laissée au créateur dans la réalisation du dessin ou modèle"<sup>11</sup>. L'auteur ne sera libre dans ses choix que vis-à-vis des contraintes du produits, mais surtout face aux "contraintes conduis[ant] à une normalisation de certaines caractéristiques devenant alors communes aux dessins et modèles appliqués au produit concerné".<sup>12</sup> Ainsi, en fonction du domaine d'activité, le créateur aura plus ou moins de marge de manœuvre vis-à-vis des similarités avec les dépôts antérieurs à sa création esthétique. Par exemple : les jantes d'une voitures doivent forcément être d'une forme ronde afin de pouvoir être apposées sur la roue de la voiture. Un créateur ne pourrait donc pas proposer une jante triangulaire.

Le caractère propre n'est qu'une première étape ; la protection par les dessins et modèles suppose également la réunion d'autres conditions.

Le facteur de nouveauté, condition centrale des droits de propriété intellectuelle, s'apprécie nécessairement au regard du droit des dessins et modèles. En vue d'assurer une protection, le Code de la Propriété Intellectuelle énonce l'impossible divulgation

---

<sup>11</sup> Article L511-4 du CPI.

<sup>12</sup> Tribunal de l'Union Européenne, n° 3015/12, 12 mars 2014, .

antérieure au public du modèle ou du dessin, ou tout du moins d'un design similaire enregistré. C'est d'ailleurs pour cela, que le législateur précise également que " des dessins ou modèles sont considérés comme identiques lorsque leurs caractéristiques ne diffèrent que par des détails insignifiants"<sup>13</sup>.

L'appréciation de cette nouveauté n'est pas réellement fondée sur des critères objectifs, comme c'est le cas en droit des brevets par exemple, mais plutôt sur une manière relative d'appréhender la nouveauté. Ainsi, pour examiner ce critère, il faudra tout de même réaliser deux opérations successives : "la détermination de l'art antérieur et l'appréciation des éventuelles similitudes relevées avec des éléments de celui-ci"<sup>14</sup>.

En ce qui concerne la "détermination de l'art antérieur", c'est essentiellement la question de ce qui constitue une antériorité au regard des dessins et modèles. La divulgation englobe tout ce qui a été porté à la connaissance du public avant la date de dépôt ou, le cas échéant, la date de priorité. Encore faut-il que la divulgation soit connue du créateur. Le CPI précise en effet que s'il n'y avait pas la possibilité de prise de connaissance de la divulgation alors cela ne peut constituer une antériorité<sup>15</sup>. Le Tribunal de l'Union Européen note également plusieurs éléments à prendre en compte. D'une part les compositions, les coutumes et les comportements des milieux spécifiques, et d'autre part, la présence ou l'absence aux événements des acteurs du secteur et l'étendue de l'activité de l'entreprise détentrice de l'éventuelle antériorité<sup>16</sup>. En d'autres termes, si dans la pratique "courante" des affaires, cette antériorité ne pouvait pas être découverte, alors celle-ci ne pourra pas empêcher l'enregistrement du dessin ou modèle.

En terme de délai, une tolérance est observée par les institutions d'enregistrement lorsque le créateur à réaliser une auto divulgation<sup>17</sup>. Dans cette hypothèse, le créateur aura un délai de grâce de douze mois afin de déposer le modèle ou le dessin divulgué avant que celui-ci ne devienne destructeur de la nouveauté. Prenons le cas de

---

<sup>13</sup> Article L511-3 CPI.

<sup>14</sup> *Ibid.* J.AZÉMA, J.-C. GALLOUX, *chapitre 1 le droit français des dessins et modèles*

<sup>15</sup> Article L511-6 CPI.

<sup>16</sup> Tribunal de l'Union Européenne, 21 mai 2010.

<sup>17</sup> Fiche informative INPI, *Les conditions de protection*, 28 juil. 2015.

l'entreprise ©Jaguar. En octobre 2023 la compagnie dévoile un nouveau modèle de voiture qui n'a pas été préalablement déposé à l'office. Puisque c'est une auto-divulgarion, l'INPI laisse donc la possibilité pour l'entreprise d'enregistrer le modèle avant octobre 2024.

Une autre exception est admise lorsque la divulgation a été faite en violation d'une clause de secret ou dès lors qu'un comportement abusif à l'encontre du créateur ou de son ayant cause a été détecté. Cette divulgation ne constitue pas une antériorité valide constitutive d'un rejet de la demande d'enregistrement. En effet, par exemple, un concurrent direct de ©Jaguar divulgue le nouveau modèle gardé secret depuis plusieurs mois. Il n'a obtenu les plans de ce modèle que parce qu'il a fait de l'espionnage industriel. L'INPI va considérer que cela ne constitue pas une antériorité valide puisque le futur titulaire de droit a subi un comportement dolosif de la part de son concurrent. Ainsi, si à la fin de la période dite "de grâce", si aucun enregistrement n'a été demandé, l'auto-divulgarion du créateur, ou de son ayant droit, pourrait toutefois obtenir une protection différente : celle du dessin ou modèle communautaire non enregistré.

Cette protection juridique ne demande aucune formalité pour être effective. En cas de litige, la difficulté majeure sera de démontrer "de manière certaine la première divulgation sur le territoire de l'Union européenne"<sup>18</sup>.

Avant le nouveau paquet dessin et modèle de 2024, le véritable titulaire de droit ne pouvait pas agir directement face aux offices d'enregistrement pour changer le détenteur légitime de droit. Dorénavant, cela est simplifié puisqu'il pourra, avec une ordonnance d'une juridiction nationale, faire le changement de titulaire auprès de l'Office<sup>19</sup>. Le véritable créateur, ou son ayant droit, pourra légitimement se présenter devant une juridiction nationale compétente pour demander cette ordonnance. Toutefois, il est important de noter que les dessins et modèles non enregistrés restent moins protégés que ceux déposés.

---

<sup>18</sup> C. HUGUEUT, *le dessin et modèle communautaire non enregistré : un droit à ne pas négliger dans les litiges*, village justice, Août 2016.

<sup>19</sup> Article 15 règlement UE 2024/2822 du 23 oct. 2024, art. 1er, en vigueur le 1er mai 2025.

Enfin, concernant l'antériorité, celle-ci doit être certaine et précise. Plusieurs éléments pourront être pris en compte pour en témoigner notamment la date, le lieu et l'auteur de la divulgation. Aussi, la divulgation doit être nécessairement effective pour être valide, et elle peut avoir été rendue accessible au public, par voie entre autre de publication, de communication par tout support<sup>20</sup>.

Le dessin ou le modèle ne doit évidemment pas être contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs pour être enregistré mais il doit également répondre à une dernière condition : la visibilité dans l'utilisation normale de la chose. Un design pourrait être qualifié de contraire à l'ordre public s'il incorpore par exemple des éléments rappelant une piqûre accompagnée de drogue.

Le CPI vient une nouvelle fois évoquer la condition de protection. Il faut que la pièce reste visible dans l'utilisation normal du produit par l'utilisateur final " à l'exception de l'entretien, du service ou de la réparation"<sup>21</sup>. Pour pouvoir invoquer la protection, les designs automobiles doivent donc être visibles : *exit* les pièces du moteur, seules les pièces dite de "peau", notamment la carrosserie, les jantes, les feux, sont susceptibles d'être protégées.<sup>22</sup>

De même, depuis la réforme du paquet dessin et modèle, l'exigence de visibilité a été étoffée, en particulier concernant les produits complexes, c'est-à-dire un produit composée de plusieurs pièces pouvant être remplacées<sup>23</sup>. Au sein du considérant 16 de ce règlement, les produits complexes font exception au principe. Il est entendu que "la protection ne devrait pas être étendue aux pièces qui ne sont pas visibles lors d'une utilisation normale d'un produit complexe ni aux caractéristiques d'une telle pièce qui ne sont pas visibles lorsque celle-ci est montée, ni aux caractéristiques des pièces qui ne remplissaient pas, en tant que telles, les exigences de nouveauté et de caractère individuel. Par conséquent, les caractéristiques de dessin ou modèle des pièces d'un produit complexe qui sont exclues de la protection pour ces motifs ne devraient pas être

---

<sup>20</sup> Tribunal de Grande Instance de Paris, 20 mars 2002.

<sup>21</sup> Article L511-5 CPI.

<sup>22</sup> J-C GALLOUX, *l'histoire extravagante des pièces de rechange automobile en droit français*, in mélange en l'honneur de Michel Vivant, Penser le droit de la pensée, 2020.

<sup>23</sup> J-C GALLOUX, *Le "paquet dessins et modèles"*, RTD com. 2025, p. 57.

prises en considération pour apprécier si d'autres caractéristiques de dessin ou modèle remplissent les conditions d'obtention de la protection”<sup>24</sup>.

Ainsi, pour prétendre à la protection de ce droit de propriété intellectuelle, le dessin ou le modèle doit détenir un caractère propre, être nouveau et être visible dans l'usage normal du produit. Avant de s'interroger sur la durée de protection des différents clés du secteur automobile et d'apprécier la nécessité de détenir ces actifs immatériels, il faut analyser le droit d'auteur sur la création artistique.

## II - Une complémentarité de protection par le droit d'auteur sur la création esthétique

Le régime du droit d'auteur renforce la portée et la reconnaissance juridique des créations à dimension esthétique. En effet, même s'il est généralement invoqué au regard de l'art, l'application du droit d'auteur trouve toute sa place dans la protection des créations esthétiques dans le secteur automobile.

A l'instar du droit des dessins et modèles, plusieurs conditions doivent être pourvues afin de prétendre à la protection par le droit d'auteur. Cependant, la protection ne s'acquiert pas par l'enregistrement de l'œuvre devant un office, elle s'obtient par la simple reconnaissance de l'œuvre. Afin d'être reconnue par le droit d'auteur, l'œuvre doit démontrer qu'elle répond au statut d'œuvre protégeable. Pour cela, elle devra répondre aux deux caractéristiques ; la formalisation de l'idée, et l'oeuvre doit être originale<sup>25</sup>. De même, une fois la preuve de la concrétisation de l'œuvre sous une forme tangible, il est plus que nécessaire d'en établir l'originalité : le maître mot du droit d'auteur. La notion d'originalité est en principe subjective : combien pensent être originaux au regard de leur style vestimentaire alors qu'ils ne sont en réalité qu'une copie presque parfaite de celui de leur voisin. Afin de compenser le caractère subjectif de cette appréciation, la jurisprudence constante des juges définit souvent l'originalité comme étant “empreint de la personnalité de l'auteur”. Pour cela, il a dû effectuer des choix arbitraires et créatifs pour réaliser l'oeuvre<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> Considérant 16 de la directive(UE) 2024/2823.

<sup>25</sup> L. GRYNBAUM , C. LE GOFFIC, L. PAILLER, *Droit des activités numériques*, Précis, 2è édition, Dalloz, 2023.

<sup>26</sup> *Op. cit.*

Pour pouvoir trancher sur le bien fondé de l'originalité, des éléments factuels ont pu être apportés. Auparavant, d'une juridiction à l'autre, en fonction de la composition de celle-ci, des décisions opposées pouvaient être rendues. La problématique principale restait la notion d'artistique. Il faut avouer qu'entre le tableau "*la création d'Adam*" de Michel-Ange et l'œuvre d'art "*la fontaine*" de Duchamp, il est fort à parier que l'une serait qualifiée d'originale quant à l'autre elle ne serait même pas forcément qualifiée d'œuvre d'art. Pour une partie de la doctrine, afin de qualifier l'originalité de l'œuvre, il énonçait le concept de mérite ou de finalité de l'œuvre. Si bien qu'il a été proposé un principe de non discrimination entre les oeuvres<sup>27</sup>. À travers ce questionnement, la propriété intellectuelle a vu naître la théorie de l'unité de l'art.

D'un point de vue purement simpliste, cette notion s'entend par l'indifférenciation par les juges du caractère du "beau" dans l'Art afin de définir l'originalité de l'œuvre. Autrement dit, que celle-ci fasse partie des "beaux arts" ou qu'elle soit susceptible de rentrer dans la catégorie des arts appliqués, la protection par le droit d'auteur doit être la même pour toutes les œuvres protégeables. Pour permettre l'application de cette théorie, le législateur l'a consacré au sein du CPI en exprimant par le terme "notamment", l'exhaustivité des catégories d'oeuvres protégeable<sup>28</sup>.

Au regard du secteur automobile, les œuvres de l'esprit créées par les designers, les ingénieurs et par l'entreprise de manière générale ne sont pas exemptées de cette protection tant qu'elles sont originales. Une vision subjective peut alors prendre place lorsque l'on analyse ce type d'œuvre. Pour autant, elles répondent parfaitement à l'alinéa 14° de l'article susmentionné, œuvre des arts appliqués<sup>29</sup>.

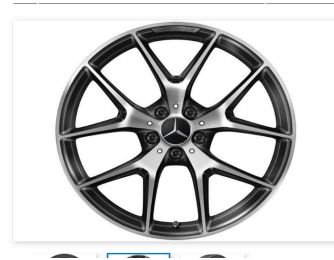
Peut-on réellement qualifier d'originale une jante automobile, alors que le commun des mortels considère cela comme de "simple" objet d'utilité publique? En fonction de la personne interrogée, il y aura une conception différente de ce "simple" objet. Par exemple, les amateurs de tuning verraient directement la différence entre ces deux jantes de la marque ©Mercedes-Benz.

---

<sup>27</sup> J-M. BRUGUIERE , M. VIVANT, *Droit d'auteur et droit voisins*, Précis, 5è édition, Dalloz, 2025.

<sup>28</sup> Article L112-2 du CPI.

<sup>29</sup> *Op cit.*



©Mercedes-Benz, jante AMG W177

©Mercedes-Benz, jantes AMG GLC W253

L'enjeu de la protection par le droit d'auteur est alors crucial. Et, il est également nécessaire de connaître les différents droits découlant du droit d'auteur : les droits moraux et les droits patrimoniaux. La première catégorie est composée du droit de divulgation, le droit au respect du nom et de la qualité, le droit au respect de l'œuvre, le droit de retrait et de repentir<sup>30</sup>. Ces droits moraux ont pour but de garantir la protection de la personnalité de l'auteur telle qu'elle se manifeste à travers son œuvre intellectuelle. Au contraire, la seconde, regroupant par exemple les droits de reproductions et de représentation, porte davantage sur l'exploitation économique de l'œuvre protégée<sup>31</sup>.

Ces droits vont pouvoir être viciés, plus ou moins volontairement, lorsque des modifications sur le bien vont être réalisées. En ce qui concerne les droits moraux, notamment le droit au respect de l'œuvre, ils pourront être attaqués lorsque par exemple des modifications esthétiques type tuning vont être effectuées. Le design, protégé au titre du droit d'auteur, pourrait être "défiguré" rendant moins esthétiques l'apparence d'origine. Le véritable titulaire des droits moraux sera contestable : l'auteur du design originel ou le propriétaire qui a modifié l'œuvre.

La question de l'intégrité de l'œuvre soulève un débat : le tuning doit-il être considéré comme une atteinte à cette intégrité ? Par ce questionnement, c'est directement à la notion d'originalité qu'il faut se rapporter, ainsi qu'à son appréciation, qui, même si ça ne devrait pas être en théorie le cas, est marquée par une part de subjectivité. En effet,

---

<sup>30</sup> Articles L111-1 et suivants du CPI.

<sup>31</sup> Articles L122-1 et suivants du CPI.

dans une perspective artistique, tout du moins d'un point de vue "traditionnel" le tuning n'est pas toujours perçu comme "esthétique". Interrogez une personne dans la rue, il est plus probable qu'elle associera le tuning à "Jacky Tuning" et aux rassemblements sauvages plutôt qu'aux prestigieuses voitures présentées lors du salon international de l'automobile. Toutefois, les modifications, appréciées le plus souvent par des connaisseurs, représentent un investissement du propriétaire visant à rendre le véhicule plus attractif. Néanmoins, l'auteur du design, le titulaire de droit légitime, pourrait, en théorie, estimer que ces transformations portent atteinte à l'intégrité de son œuvre.

En l'absence de jurisprudence significative sur cette question, il est possible d'établir un parallèle avec la copie privée, qui constitue une exception au droit d'auteur : elle permet au propriétaire qui a acheté un dvd par exemple de réaliser une copie privée pour son usage personnel. Cela ne remet pas en cause le droit à l'intégrité de l'œuvre, dès lors que ses conditions sont respectées. Cet aspect sera développé dans la seconde section de ce chapitre.

S'agissant à présent des droits patrimoniaux, toute modification ou reproduction effectuée sans l'autorisation du titulaire des droits est susceptible de constituer une atteinte à son droit d'exploitation et donc synonyme de contrefaçon. Une nouvelle fois, en théorie, l'auteur pourrait engager une action contre le modificateur de son design initial, ou exiger la cessation du trouble. Dans le cas du tuning, cela pourrait impliquer une remise en état du véhicule conformément à l'œuvre initiale.

Existe-t-il légalement une protection par le droit d'auteur sur les pièces détachées ? Depuis 2021, le législateur reconnaît l'intérêt du droit d'auteur en matière de pièces détachées automobiles<sup>32</sup>. Il est enfin venu créer une exception à la protection du par le droit d'auteur sur les pièces détachées lorsque l'œuvre qui les protège a été divulguée. En effet, il n'est pas possible d'interdire "la reproduction, l'utilisation et la commercialisation des pièces destinées à rendre leur apparence initiale à un véhicule à moteur ou à une remorque, au sens de l'article L. 110-1 du code de la route"<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Loi n°2021-1104, aussi appelée loi climat, portant lutte contre le dérèglement climatique du 22 août 2021.

<sup>33</sup> Article L122-5 du CPI.

Ainsi en 2021 le législateur a fait le choix de consacrer une exception admise par la jurisprudence, tant que les pièces détachées répondent aux conditions de protection du droit d'auteur<sup>34</sup>. La nouvelle harmonisation européenne ne semble pas avoir fait demi-tour sur cette idée puisqu'elle n'a pas évoqué l'interdiction de cette dérogation<sup>35</sup>.

Il apparaît ainsi que les pièces détachées automobiles peuvent relever à la fois d'une protection par le droit d'auteur mais aussi une protection par le dessin et modèle dès lors qu'elles remplissent les conditions requises. Toutefois, une dernière branche de la propriété industrielle est susceptible de trouver application : le droit des marques. En tant qu'actifs immatériels, ces créations esthétiques jouent un rôle essentiel dans la préservation de l'identité commerciale des constructeurs automobiles et constituent un outil supplémentaire pour limiter, et sanctionner les atteintes à leurs droits de propriété intellectuelle.

## Section 2 - La marque et le rôle de la propriété intellectuelle dans la protection de l'identité commerciale

Dans l'univers automobile, la protection juridique ne se limite pas à préserver les formes ou les lignes d'un véhicule. Elle touche aussi à ce qui façonne son identité aux yeux du public : la marque. Qu'il s'agisse d'un logo, d'une couleur caractéristique, d'un positionnement visuel ou d'un signe plus subtil, ces éléments traduisent l'histoire, la réputation et la valeur commerciale d'un constructeur. Leur protection n'est donc pas qu'une question de droit, mais aussi de stratégie et d'image.

La marque, sous toutes ses catégories, pourra s'apparenter comme déterminante au regard des modifications esthétiques des véhicules (I). Des enjeux économiques ne sont pas à négliger y compris lorsque certaines pratiques, comme le tuning ou le covering viennent brouiller l'identité de l'entreprise ou du constructeur automobile. Chaque droit comportant ses propres exceptions, il convient d'examiner les limites que ces régimes imposent à la protection offerte par la propriété intellectuelle, en particulier lorsqu'il s'agit des pièces détachées (II).

---

<sup>34</sup> N. COUSIN, *Comment lever la protection des pièces détachées en droit de la propriété intellectuelle afin de garantir une libéralisation effective de ce marché ?*, 2023

<sup>35</sup> Op cit.

## I - La protection par la marque

A travers le prisme juridique, les entreprises jouent en réalité leur crédibilité. Aussi, qu'elles soient verbales, semi figuratives, sonores, ou de position, les marques ne se limitent pas à la simple représentation enregistrée, elles incarnent l'identité, et la réputation d'un constructeur automobile. Concernant la qualité ou l'innovation, l'industrie automobile se démarque par les marques. Pourtant, les produits, ou les services, qu'elles représentent doivent toujours répondre à des conditions précises de validité pour espérer jouir d'une protection.

D'abord, il existe une multitude de marques, même si les formes les plus courantes sont les marques verbales, figuratives et de forme.

Les premières se composent exclusivement de mots, de lettres, de chiffres ou d'autres caractères typographiques, ou d'une combinaison de ces éléments. La seconde catégorie englobent plus généralement les marques contenant des éléments graphiques tels que des caractères stylisés, des logos, ou une association d'éléments verbaux et figuratifs. Enfin, les marques "de forme" ou marques "3D" correspondent à des formes tridimensionnelles propres à un produit.

D'autres catégories, moins évoquées dans l'espace public, existent aussi même si la liste n'est pas exhaustive: les marques de positions, les marques de couleurs, les marques sonores, les marques de mouvement, les marques multimédia, les marques animalières et les marques holographiques. Au sein du secteur automobile, le plus souvent ce sont des marques figuratives, verbales, de position, animalières, sonores et holographiques.

À titre d'exemple, les marques ©Ford, ©Kia, ©Peugeot -, ©Renault, ©Chevrolet ou encore ©Volvo sont des marques composées uniquement d'un nom, donc verbales. Pour autant, certaines marques verbales sont également semi-figuratives, ©Mercedes, ©Audi, ©Renault, ©Peugeot, ©Porsche, ©Alfa Romeo..., elles sont composées à la fois d'éléments verbaux, leur noms et, d'éléments figuratifs, leur "logo". En matière automobile, des marques animalières peuvent aussi être présentes. En effet, ©Ferrari avec son cheval cabré, ©Lamborghini avec son taureau, ©Jaguar, avec son jaguar

bondissant, ©Alfa Romeo avec ses serpents, ©Peugeot avec son lion, ou encore ©Ford mustang avec son cheval sauvage ou ©Mustang shelby avec son cobra. Les marques dites “animalières” vont pouvoir être admises dès lors que “l’animal choisi soit arbitraire par rapport aux produits ou services visés”<sup>36</sup>.

De même, d’autres conditions pour pouvoir prétendre à la protection au titre de marque sont nécessaires. En premier lieu, le ou les signes doivent être licites et ne pas représenter un caractère trompeur ou déceptif. De ce fait, la marque ne doit pas contrevenir à l’ordre public et aux bonnes mœurs<sup>37</sup>.

La marque doit également être distinctive dans le domaine. Elle serait peu susceptible d’être enregistrée la marque nommée “Car” pour des voitures. En revanche, si ce n’est pas dans une sphère économique similaire, la marque remplit la condition pour être enregistrée. Par exemple, la marque ©Lotus, pour des spéculoos, pour du papier toilette et pour des voitures.

La marque doit être disponible, il ne doit pas exister d’antériorité. Semblable à la question de l’antériorité dans les dessins et modèles, s’il existe une marque antérieure, une dénomination commerciale ou un nom commerciale, la législation prohibe l’enregistrement de la marque demandée<sup>38</sup>.

Il ne doit pas exister de confusion dans l’esprit du public. En droit des marques, la confusion va s’apprécier au regard du consommateur moyen. Ce dernier est supposé être une personne normalement informé et raisonnablement attentif et avisé<sup>39</sup>. Il doit aussi être un individu qui consomme les produits et services de la marque ou du secteur en particulier. En revanche, “si les produits et services commercialisés avec le signe distinctifs sont des biens spécialisées, visant un public restreint, le public de référence est constitué par les professionnels des biens en cause”<sup>40</sup>.

---

<sup>36</sup> S. RIGAUD, *la représentation des animaux à titre de marque*, CMS Francis Lefebvre oct. 2018.

<sup>37</sup> Article L711-2 du CPI.

<sup>38</sup> Article L711-3 du CPI.

<sup>39</sup> CJCE 22 juin 1999, *Lloyd C/ Klijsen* aff. C-342/97.

<sup>40</sup> N. BINCTIN, *Marque*, répertoire IP/IT et Communication actualisation juin 2025.

La marque est centrale dans la vie des affaires. Elle est d'une part un signe distinctif mais est surtout d'autre part un véritable moyen de valorisation économique. Le consommateur retrouvera en principe par cette marque une certaine garantie, un gage de qualité.

Une possible atteinte ne sera pas dénuée de conséquence dans l'identité commerciale de l'entreprise : elle peut avoir pour conséquence une désorganisation du marché, un risque de confusion pour le consommateur et, surtout, une dévalorisation de l'investissement consenti par le titulaire dans la promotion et la réputation de son signe. Le droit des marques vise ainsi à préserver non seulement l'intérêt du titulaire mais également celui du consommateur, en sanctionnant toute pratique susceptible d'affaiblir le caractère distinctif ou de tirer indûment profit de la renommée d'une marque. Dans le cadre des marques automobiles, on aurait tendance à penser que ce sont les constructeurs, ou les équipementiers qui vont être considérés comme le consommateur moyen.

Il convient aussi de mentionner la marque notoire, qui sans être passé par un enregistrement est protégée par le droit des marques<sup>41</sup>. Elle bénéficie d'une protection du seul fait de sa notoriété auprès d'un public pertinent. Là encore la notion de public pertinent va être retenue. Au regard du tuning, la question se complexifie : l'apposition, la modification ou l'imitation de signes distinctifs appartenant à un constructeur peut-il également constituer une atteinte aux droits sur une marque notoire ? Quelles limites doit-on poser à cette notion de public pertinent. Qui plus est les pièces détachées, étant protégées par trois droits de propriété intellectuelle : les dessins et modèles, le droit d'auteur et les marques, notamment avec les logos et les signes distinctifs enregistrés, quelle protection prévaudra ?

Il reste néanmoins à examiner dans quelle mesure la protection connaît elle-même des limites et peut être aménagée par certaines dérogations.

---

<sup>41</sup> Article 6 bis de la Convention de Paris et article L713-5 du CPI.

## II - Les limites de la protection et les dérogations aux droits exclusifs

Les droits de propriété intellectuelle n'offrent pas une protection illimitée. Chaque droit s'exerce pour une durée déterminée et connaît des restrictions. Pour autant, il existe des dérogations spécifiques ou d'intérêt général permettant de déroger à la propriété intellectuelle. Toutefois, malgré ces bornes, les créations, en particulier les pièces détachées peuvent bénéficier d'un cumul de protections.

Chacun des régimes de protection est prévu pour une durée limitée, avec ou sans renouvellement possible. En ce qui concerne le droit d'auteur. Les œuvres protégeables vont pouvoir l'être pendant toute la durée de la vie de l'auteur, plus 70 ans après la mort de celui-ci<sup>42</sup>. Une fois l'auteur décédé, ce sont ses ayants droits qui géreront les droits de l'auteur.

Pour les marques, la protection est de 10 ans renouvelable indéfiniment<sup>43</sup>. En revanche, les dessins et modèles ont une durée de protection moindre. En effet, les dessins et modèles enregistrés peuvent être "couverts" pendant 25 ans, à savoir 5 ans renouvelable 5 fois<sup>44</sup>. Pour les dessins et modèles communautaires non enregistrés, comme susmentionné, le délai de protection n'est que de 3 années.

Au fil de la jurisprudence, les juridictions ont admis un cumul possible des protections, essentiellement de droit d'auteur et de dessin et modèles. Cela est le cas pour les pièces automobiles dites de "peau", c'est-à-dire la carrosserie, les rétroviseurs, les feux, l'optique et les vitrages<sup>45</sup>. À l'origine, les juges avaient toutefois tendance à appliquer les exceptions de l'une des protection à l'autre<sup>46</sup>. Néanmoins, le principe est censé être clair : chaque droit s'applique selon ses propres critères et la protection ne peut être possible que si chaque condition est remplie<sup>47</sup>.

---

<sup>42</sup> Article L123-1 du CPI.

<sup>43</sup> Article L712-1 du CPI.

<sup>44</sup> Article L513-1 du CPI.

<sup>45</sup> *ob.cit l'histoire extravagante des pièces de rechange automobile en droit français.*

<sup>46</sup> C. LE GOFFIC, Y. BASIRE, *dessins et modèles*, Répertoire IP/IT et Communication, juil. 2024.

<sup>47</sup> CJUE, *Cofemel vs G-star Raw CV*, C-683/17, 12 sept. 2019.

Ainsi, la durée de protection relativement limitée de ces processus pourrait favoriser des utilisations détournées, notamment dans le contexte du tuning. En effet, à l'expiration de la période de protection, des éléments initialement protégés, par exemple le design, les signes distinctifs tels que les logos, les pièces ou dessins tombent dans le domaine public et peuvent être plus ou moins librement reproduits ou utilisés. Une telle situation risque de favoriser des comportements qui semblent autorisés, mais qui se situent aux marges de la légalité. En effet, cela peut être particulièrement le cas lorsque des reproductions modifient l'apparence originelle d'un véhicule d'une manière susceptible d'induire en erreur sur son authenticité ou son origine. Le caractère limité de la protection, combiné à la créativité propre au tuning, peut ainsi conduire à une frontière délicate entre une exploitation légitime et un usage perçu comme frauduleux.

En effet, les juridictions françaises n'admettent pas systématiquement que les pièces détachées soient couvertes par le droit d'auteur. Mais de ce fait des dérogations ont pu voir le jour.

En règle générale, en matière de propriété intellectuelle, pour estimer une dérogation les juridictions ou la législation, vont être amenées à utiliser le "triple test". Ce mécanisme a été introduit à l'origine pour les dérogations au droit d'auteur<sup>48</sup>, puis généralisé au reste des droits de propriété intellectuelle en 1995<sup>49</sup>. Pour pouvoir bénéficier d'une exception à l'atteinte au droit de propriété intellectuelle, le dispositif conditionne la validité des exceptions en trois étapes cumulatives.

D'abord, l'exception doit être strictement limitée à certains cas spéciaux, de manière à éviter toute généralisation excessive. En effet, il n'est pas possible de laisser loisir à n'importe quel cas de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle, sinon la protection par ces derniers n'aura plus aucune utilité.

De même, la dérogation ne pourra pas porter atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre, c'est-à-dire aux pratiques habituelles d'exploitation commerciale de la création. Concernant les constructeurs automobiles, on peut évoquer simplement la vente des véhicules mais aussi l'utilisation de ces actifs immatériels dans le cadre de

---

<sup>48</sup> Article 9 §2 de la Convention de Bernes, 9 septembre 1986.

<sup>49</sup> Accord ADPIC du 1er janvier 1995.

publicité, et également lorsque le design automobile apparaît dans des jeux vidéo grand public par exemple *Grand Theft Auto (G.T.A.)*.

Enfin, l'exception définie ne devra pas causer de préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l'auteur.

Aujourd'hui les exceptions sont peu nombreuses, et pour cause, il ne faut pas permettre trop de dérogation pour éviter l'atteinte aux monopoles des titulaires de droit, *a fortiori* des constructeurs automobiles. En effet, s'il existe trop de dérogations, alors les entreprises n'auront plus vocation à innover. Il est a rappelé qu'il n'est pas possible de bénéficier de l'exception prévue par le CPI si les pièces sont elles-mêmes illicites<sup>50</sup>.

A noter que dans le secteur automobile les dérogations ne sont pas nombreuses. Il est possible par exemple qu'un garagiste utilise le nom d'une marque en référence avec la compatibilité de celle-ci. Par exemple "pièce pour Audi TT", ou encore "compatible avec une Citroën C3". De même, une exception majeure pour l'automobile est celle de la clause de réparation, vis à vis des des dessins et modèles, que nous évoquerons plus en détail. Cela permet aux équipementiers automobiles de "reproduire" les pièces réalisées par les constructeurs automobiles sans l'accord du constructeur, mais uniquement dans le cadre de la restauration de l'apparence originale du véhicule.

Si le triple test constitue un instrument de régulation essentiel, sa mise en œuvre au regard du domaine du tuning automobile va soulever des difficultés particulières. En effet, la modification de véhicule touche souvent à des éléments protégés par le droit d'auteur ou par les dessins et modèles. Pour autant, un questionnement se pose, est ce que ces pratiques peuvent relever d'une exception au droit exclusif du constructeur? À la lumière du triple test, la réponse reste incertaine.

Les droits fondamentaux protégeant les créations esthétiques automobiles révèlent un système juridique stable mais segmenté. Dessins et modèles, droit d'auteur, marques : autant de protection dont l'interaction entre ces régimes excède le simple cadre des textes de loi.

---

<sup>50</sup> Cass. crim. n°10-87.268, 15 juin 2011.

Chaque mécanisme impose sa durée, ses exigences et ses limites, formant un patchwork protecteur formant tout de même une complexité dans la pratique du marché. Cette dernière se retrouve renforcée par le tuning qui interroge directement la portée de la protection et surtout ses limites. Laissant la possibilité au détournement du monopole d'exploitation offert aux constructeurs automobiles.

Afin de réguler ces dérives, deux mécanismes se révèlent essentiels : l'épuisement des droits et la clause de réparation. Ce ne sont pas que des processus juridiques, ils permettent aussi d'un point de vue sociétal de préserver la concurrence et l'innovation. Leur étude permet une réponse moins incertaine sur les modifications esthétiques des créations des constructeurs automobiles.

## Chapitre 2 - Droits de propriété intellectuelle : entre circulation et zone de dérogation

Le droit de propriété intellectuelle, tout en offrant une protection étendue aux créateurs, se confronte aux réalités du marché secondaire et à la circulation des biens. En se basant sur la notion d'épuisement des droits, il est possible de déterminer dans quelle mesure le titulaire d'un droit peut continuer à contrôler la revente ou l'usage de ses créations (Section 1). D'abord, il s'agira de s'intéresser à la revente de biens protégés en faisant le point sur les conditions et les limites de l'épuisement des droits. Puis, dans un second temps, il faut s'intéresser à la vente d'occasion, mettant en lumière les tensions entre la liberté des propriétaires et le respect des prérogatives du créateur (Section 2). Cela permettra de comprendre comment la propriété intellectuelle s'articule avec la circulation des biens tout en laissant place à certaines dérogations.

### Section 1 - L'épuisement des droits : sur la piste de la revente

L'épuisement des droits mène à la revente des véhicules, limitant le contrôle du constructeur tout en ouvrant au propriétaire la liberté de céder son bien. Cette dynamique se déploie à deux niveaux : d'une part, elle freine le monopole du titulaire de droit en réduisant certaines protections(I). D'autre part, elle définit le périmètre des pouvoirs du propriétaire face à la vente d'occasion, en balisant les marges de manœuvre et en mettant en lumière la légère perte de contrôle du constructeur sur le design protégé (II).

#### I - Un frein au monopole du titulaire de droit

La théorie de l'épuisement des droits en propriété intellectuelle a été introduite par la Cour de Justice dans les années 1970<sup>51</sup>. Depuis, une consécration de ce principe a été mise en place notamment à l'échelle européenne<sup>52</sup> mais aussi au sein de la législation française<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> J.PASSA, *Épuisement des droits*, Dictionnaire de droit de la concurrence.

<sup>52</sup> Par exemple au sein du Règlement n°2017/1101.

<sup>53</sup> Article L713-4 du CPI.

D'abord évoqué pour les marques et le droit d'auteur, l'épuisement du droit se définit comme interdisant au titulaire d'un droit de propriété intellectuelle au sein de l'Espace économique européen "de se prévaloir des prérogatives que la loi attache à son droit pour s'opposer à l'importation ou à la commercialisation dans cet État de produits, incorporant l'objet de son droit, mis en circulation par lui ou par un tiers autorisé par lui sur le territoire de l'Espace Economique Européen"<sup>54</sup>. À l'origine, la définition de ce principe faciliter une libre circulation des marchandises et des biens au sein de l'Union Européenne<sup>55</sup>, puisqu'en effet le titulaire de droit n'avait pas la possibilité de s'opposer aux reventes de produits lors "de reventes successives de produits marqués dont il a déjà autorisé la mise en circulation"<sup>56</sup>.

De même, la nouvelle directive européenne sur la protection juridique des dessins et modèles rappelle le principe de l'épuisement des droits en affirmant que "lorsque le produit a été mis sur le marché, sur le territoire de l'Union par le titulaire de l'enregistrement du dessin ou modèle ou avec son consentement", il n'a pas la possibilité de s'opposer à la circulation de ces produits<sup>57</sup>.

Alors, au regard des pièces détachées, cette théorie permettrait la non opposition du titulaire de droit si ces pièces d'origine ont été revendues.

Néanmoins, au sein même du code de propriété intellectuelle, le législateur ouvre une faculté d'opposition du titulaire de droit à tout "nouvel acte de commercialisation si des motifs légitimes, tenant à la modification ou à l'altération est ultérieurement intervenu sur l'usage des produits"<sup>58</sup>.

Cette exception n'est pas favorable au questionnement sur le tuning. En pratique, la dénonciation d'une telle altération suppose la preuve de plusieurs conditions. En premier lieu il faut que le public ait directement cette impression de modification du produit. Il doit également avoir une absence dans le présentation du produit reconditionné permettant une atteinte à la réputation de la marque et de facto à son

---

<sup>54</sup>*Ibid.* J. PASSA

<sup>55</sup> Consacré à l'article 34 du traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne, 26 oct. 2012.

<sup>56</sup> *ob.cit.*

<sup>57</sup> Article 20 de la directive (UE) 2024/2823 du parlement européen et du Conseil du 23 oct. 2024.

<sup>58</sup> *Ibid.*

titulaire. L'atteinte prend également place lorsque la fonction "garantie d'origine de la marque" est bafouée, ou lorsque le vendeur fait appel à la technique des "marques d'appels". Ces dernières s'entendent comme "des marques désignant des produits d'une marque que le vendeur détient en faible quantité sans pouvoir se réapprovisionner à bref délai, l'objectif étant d'attirer les consommateurs pour leur proposer des produits d'une autre marque"<sup>59</sup>.

Concrètement, le tuning n'est pas sans danger pour la stratégie de marque des constructeurs automobiles et au regard de la protection des dessins et modèles. D'une part, les personnalisations excessives, se démocratisant auprès du public, peuvent amener à un affaiblissement de l'identité du groupe et donc de son image. Il apparaît que cette perte de maîtrise va conduire à une réduction de la capacité de la marque à se distinguer sur un marché concurrentiel. D'autre part, au regard du droit des dessins et modèles, il est rappelé que les constructeurs automobiles investissent massivement dans la conception de leur design, afin de leur conférer une identité propre. Or, des modifications de type tuning ou covering peuvent altérer cette originalité qui leur a valu cette protection.

Dès lors, la diffusion de véhicules modifiés pourrait constituer un motif légitime d'opposition de la part du constructeur, en ce qu'il soit soucieux de préserver l'intégrité de son image et de ses créations protégées.

Il est à noter pourtant que la jurisprudence a récemment admis, en matière de pièces détachées, qu'il n'y a pas nécessairement contrefaçon lorsqu'un revendeur commercialise ces pièces après avoir retiré le logo de la marque. De manière quelque peu surprenante, la Cour a jugé que l'effacement ou le "grattage" du signe distinctif apposé sur la pièce ne constituait pas, en soi, un acte de contrefaçon<sup>60</sup>. Cette décision étonnante remet sur le tapis le débat des juridictions qui ne sont plus, assez, spécialisées. Est-ce une décision d'espèce, ou un revirement jurisprudentiel ? Pour l'instant, la réponse n'est pas certaine.

---

<sup>59</sup> *Ob. cit.*

<sup>60</sup> Cass. crim., n°23-83.474, 11 juin 2025.

De plus, l'épuisement des droits, que ce soit en marque, en brevet, en droit d'auteur ou en dessin et modèle engendre des conséquences pour le titulaire de droit. En effet, le constructeur automobile perdra le contrôle sur la revente des pièces détachées mais aussi sur la revente du véhicule. Il ne peut plus, en principe, interdire la circulation ou la revente du bien, même s'il est modifié esthétiquement. Dès lors, s'il n'y a pas d'atteinte à l'intégrité de l'œuvre, à la marque ou au dessin et modèle, il ne peut pas, d'un point de vue juridique, mener une procédure d'opposition.

Une question pourrait se poser face au titulaire de droit : celle de la règle de l'accessoire en termes de propriété intellectuelle. Celle-ci permet d'écarter la stricte application des droits exclusifs lorsqu'un élément protégé n'apparaît que de manière secondaire accessoire ou nécessaire à l'utilisation d'un produit principal. Autrement dit, lorsque l'élément protégé n'est pas exploité pour sa valeur propre mais uniquement en tant que partie intégrante ou conséquence inévitable de l'usage d'un autre bien, sa reproduction ou son utilisation ne constitue pas une contrefaçon. Cette règle vise à éviter que la protection intellectuelle ne crée des entraves excessives dans la vie courante ou dans certains secteurs industriels. Elle permet aussi de préserver le commerce secondaire.

Concernant les modifications esthétiques telles que le tuning, on pourrait hésiter à les faire relever de la règle de l'accessoire. En effet, ces transformations demeurent intimement liées à la voiture d'origine, qu'elles ne peuvent exister indépendamment de celle-ci. On pourrait alors soutenir que l'accessoire (la modification esthétique) suit le principal (le véhicule) et qu'à ce titre, la protection intellectuelle de l'élément modifié ne devrait pas s'appliquer avec toute sa rigueur. Toutefois, cette lecture se heurte à une limite essentielle : la règle de l'accessoire ne joue que lorsque l'élément protégé est marginal ou nécessaire à l'exploitation légitime du produit principal. Or, dans le cas du tuning, les modifications visent précisément à transformer l'apparence protégée, parfois au point de porter atteinte à l'intégrité de l'œuvre ou à la fonction distinctive de la marque. De facto, leur rattachement mécanique au véhicule ne suffit pas à neutraliser les droits de propriété intellectuelle et l'argument de l'accessoire paraît difficilement transposable sans risquer de fragiliser la portée même de la protection.

Si l'épuisement des droits vient limiter le contrôle du constructeur une fois le véhicule mis en circulation, la question ne se clôt pas pour autant. Elle se déplace du côté du propriétaire qui, en vertu de son droit de propriété, dispose d'une liberté certaine dans l'usage et la revente de son bien<sup>61</sup>. Cette liberté n'est ni absolue ni sans limite. Par conséquent, se pose la problématique de savoir jusqu'où le titulaire des droits de propriété intellectuelle peut encore intervenir pour s'opposer à certaines pratiques, en particulier lorsque la revente s'accompagne de modifications esthétiques plus ou moins intrusives.

## II - Contrôle au virage : la vente d'occasion

Au regard du principe de l'épuisement des droits, une fois qu'un produit protégé par un droit de propriété intellectuelle a été mis sur le marché avec le consentement du titulaire, il ne peut, en théorie, pas s'opposer à la revente ultérieure du produit. C'est le cas pour les véhicules, une fois que le 1er acquéreur revend la voiture, le vendeur d'origine n'a plus de droit sur le bien en lui-même. Les constructeurs automobiles ne semblent même pas prévoir la question de la modification des véhicules, et la revente de ces biens en dehors du circuit traditionnel. En effet, que ce soit pour des voitures ©Porsche<sup>62</sup>, ©Alpine<sup>63</sup>, ou ©Mercedes<sup>64</sup>, les conditions générales de vente disponibles sur internet ne prévoient pas la question de l'altération du design automobile et ce que cela implique pour eux. En revanche, ©Audi<sup>65</sup> évoque les modifications ou reproductions en interdisant strictement celles-ci, "l'ensemble des marques figuratives ou non et plus généralement toutes les autres marques, illustrations, images et logotypes figurant sur les produits vendus, leurs accessoires et leurs emballages, qu'ils soient déposés ou non, sont et demeureront la propriété de AUDI et ORECA. Toute reproduction totale ou partielle, modification ou utilisation de ces marques, illustrations, images et logotypes, pour quelque motif et sur quelque support que ce soit, sans accord exprès et préalable de AUDI et ORECA, est strictement interdite. Il en va de même pour toute combinaison ou conjonction avec toute autre marque, symbole, logotype et plus généralement tout

---

<sup>61</sup> *infra titre 2 chapitre 1.*

<sup>62</sup> Conditions générales de vente véhicules Porsche.

<sup>63</sup> Conditions générales de vente véhicules Alpine.

<sup>64</sup> Conditions générales de vente véhicules Mercedes.

<sup>65</sup> Conditions générales de vente véhicules et accessoires Audi.

signe distinctif destiné à former un logo composite. Il en est de même pour tout droit d'auteur, dessin, modèle et brevet qui sont la propriété d' AUDI et ORECA.”

La clause de ©Audi se caractérise par une portée volontairement très large. Elle ne distingue ni les particuliers ni les professionnels, et interdit de manière générale “toute reproduction, modification ou utilisation” des marques, dessins, modèles ou brevets, et ce, “pour quelques motifs et sur quelque support que ce soit”.

Cette volonté de garder le contrôle se heurte en réalité à plusieurs limites juridiques. D'abord l'épuisement des droits évoqué précédemment. Cette clause ne saurait donc priver un acquéreur, particulier ou professionnel, de la faculté de revendre librement un véhicule ou une pièce authentique, même si elle comporte le logo du constructeur. D'autre part, la jurisprudence européenne a déjà admis certaines pratiques, comme l'effacement d'un logo sur une pièce détachée, sans que cela ne constitue pas une contrefaçon. Il convient de trouver un juste équilibre entre la protection des droits du constructeur et le respect de la libre concurrence lors de la revente d'un véhicule d'occasion.

Ainsi, en réalité bien que dissuasive, la validité de la clause devant une juridiction pourrait être discutable, surtout au regard de la situation du supposé "contrefacteur" qu'il soit un professionnel ou un particulier. De même, chaque année des millions de voitures sont vendues, il serait donc impossible pour chaque constructeur automobile d'agir sur le marché pour identifier chaque revente et si une modification a eu lieu sur celle-ci. En effet, en 2024, “5.5 millions de voitures particulières d'occasion ont été vendues, une hausse de 2.9% des ventes par rapport à 2023”<sup>66</sup>.

Pour autant, dans le cadre des modifications esthétiques, il est à noter que cette revente peut soulever la question de deux types de modification : mineure ou majeure. La première catégorie n'a pas réellement besoin d'être débattue. S'il n'y a une modification mineure ou qui ne porte pas atteinte à l'oeuvre protégée, par exemple l'ajout de stickers non marqués, la théorie de l'épuisement prendra place et le titulaire de droit n'aurait, le cas échéant, aucun intérêt à s'opposer à cette vente d'occasion.

---

<sup>66</sup> Statistiques gouvernementales, développement durable et immatriculation des voitures particulières, 2025.

En revanche, dans le cas de modifications majeures, si la modification vient altérer ou porter atteinte à un droit protégé, par exemple la modification de la carrosserie d'un modèle protégé comme design ou dessin ou le changement du logo ou modification d'une marque, le titulaire pourrait considérer cette revente comme constitutive d'une nouvelle communication au public ou à défaut un acte de contrefaçon. Dans ce cas, cela sort du champ de l'épuisement des droits, car cela ne couvre pas les produits modifiés au point d'altérer l'objet protégé. La jurisprudence de l'Union Européenne a rappelé le motif légitime de l'opposition du titulaire de droit en cas d'altération de l'objet protégé<sup>67</sup>.

Ainsi, si les titulaires de droits ne peuvent pas exercer une maîtrise absolue sur la revente, ils conservent néanmoins la possibilité de surveiller le marché, en particulier dès la commercialisation des pièces détachées susceptibles de permettre des modifications esthétiques sur des biens grevés de protection. C'est dans cette perspective que le législateur est intervenu afin d'encadrer ces pratiques, notamment par l'instauration de la clause de réparation.

---

<sup>67</sup> CJUE, aff. n°C-129/17, 26 avril 2018.

## Section 2 - Une clause de réparation mais sans dérapages

La loi climat<sup>68</sup> impose une clause de réparation permettant un meilleur traitement de la pollution de l'industrie automobile. En encadrant la clause de réparation, elle limite l'usage des pièces détachées en imposant des restrictions tant aux équipementiers qu'aux propriétaires du véhicule. Loin de laisser libre court à toute modification, le mécanisme définit le périmètre légal de la réparation de l'utilisation des composants automobiles protégés, mettant ainsi en exergue un équilibre délicat entre le droit de réparer et les modifications purement esthétiques.

L'introduction en droit français de la clause de réparation trouve son origine dans l'article 31,<sup>69</sup> qui propose une exception au droit d'auteur ainsi qu'au droit des dessins et modèles en matière de pièces détachées. Cette disposition répond à une recommandation de l'Autorité de la concurrence formulée dès 2012<sup>70</sup>, laquelle soulignait la nécessité de rompre avec le monopole quasi absolu des constructeurs automobiles. En effet, avant cette réforme, les équipementiers ne pouvaient pas produire ni commercialiser des pièces de carrosserie ou d'optique sans l'autorisation expresse des titulaires de droits, ce qui enfermait le marché secondaire dans une dépendance totale vis-à-vis des grands groupes automobiles. Ils pouvaient produire ce type de pièces une fois la protection éteinte. La question d'une libéralisation du marché des pièces détachées avait aussi été évoqué en proposant de brider les " droits [aux titulaires] de propriété intellectuelle sur celles-ci entraînant mécaniquement une ouverture du marché à de nouveaux acteurs, et donc une baisse des prix"<sup>71</sup>.

La clause de réparation vise donc précisément l'ouverture au marché secondaire, c'est-à-dire celui dédié à la réparation et à l'entretien des véhicules déjà en circulation. Son objectif initial est double : garantir la durabilité des véhicules et favoriser une

---

<sup>68</sup> *ibid.*

<sup>69</sup> *ob cit.* Article 30.

<sup>70</sup> Avis n° 12-A-21 de l'Autorité de la concurrence du 8 octobre 2012 relatif au fonctionnement concurrentiel des secteurs de la réparation et de l'entretien des véhicules et de la fabrication et de la distribution de pièces de rechange.

<sup>71</sup> *ibid.* N. COUSIN.

concurrence effective dans le secteur<sup>72</sup>. Toutefois, son champ d'application reste strictement encadré. Elle concerne uniquement les véhicules mentionnés à l'article L. 110-1 du Code de la route<sup>73</sup> et porte exclusivement sur les pièces destinées à restituer l'apparence initiale du véhicule. Y figurent la carrosserie, les pare-chocs, les rétroviseurs, les optiques, les vitrages, les pare-brise, les lunettes et les vitres latérales. L'idée avait même été avancée, lors des débats préparatoires, de réduire la durée de protection des pièces non couvertes par l'exception de 25 à 10 ans, afin de rééquilibrer davantage les rapports entre constructeurs et équipementiers<sup>74</sup>.

Au niveau européen, l'article 19 de la nouvelle directive sur les dessins et modèles<sup>75</sup> renforce ce cadre en excluant expressément de la protection les pièces de produits complexes destinées à la réparation, tout en imposant aux fabricants et vendeurs une obligation d'information claire et visible à l'égard des consommateurs quant à l'origine commerciale de la pièce. Cette exigence de transparence permet aux consommateurs d'avoir un choix éclairé entre les produits concurrents.

Pour autant, l'Union Européenne vient préciser que l'usage final incombe à l'utilisateur du véhicule. Autrement dit, les équipementiers et vendeurs de pièces de rechanges ne sont donc pas légalement tenus de vérifier que les pièces qu'ils fabriquent ou distribuent sont effectivement utilisées à des fins de réparation. En effet, les pièces détachées peuvent se trouver dans des magasins spécialisés ou sur des sites internet particuliers, où le consommateur n'a pas l'obligation d'expliquer la finalité de son achat. Aussi, un consommateur souhaitant ajouter une pièce type "aileron" sur son véhicule peut l'acheter sans aucun souci à travers les plateformes de ventes en ligne. Cette nuance ouvre, en creux, une zone grise : celle de l'utilisation des pièces détachées pour des pratiques esthétiques ou créatives comme le tuning, qui échappent au contrôle strict des titulaires de droits.

---

<sup>72</sup> S. BERET, *la clause de réparation : un espoir pour un marché plus durable ? Durabilité & Droit*, édité par ADDCDA, Presses de l'Université Toulouse Capitole, 2024.

<sup>73</sup> Article L110-1 du Code de la route.

<sup>74</sup> *Ob. cit.*

<sup>75</sup> Article 19 de la Directive (UE) 2024/2823 du parlement européen et du conseil du 23 octobre 2024 sur la protection juridique des dessins ou modèles.

En s’inscrivant dans cet axe, les juridictions clarifient les conditions pour l’application de cette clause de réparation. D’un côté, il faut que la pièce détachées utilisées le soit afin de concourir à rendre au véhicule son apparence initiale<sup>76</sup>. De même, la juridiction française a pu admettre une incompatibilité aux conditions de la clause pour des kits à des fins de tuning<sup>77</sup>. Il apparaît alors que la clause de réparation ne permet pas aux modifications esthétiques dans un but de transformation visuelle, et non un retour à l’apparence initiale, d’être comprise dans la clause de réparation. Enfin, la Cour formule la nécessité d’une indication pour “préciser au consommateur la fonction de remplacement à l’identique”<sup>78</sup>.

De fait, les pièces détachées comme les jantes automobiles ne peuvent être considérées comme soumises à la clause de réparation. Avant l’harmonisation du paquet “Dessin et Modèle”<sup>79</sup>, les juridictions des états Membres de l’Union Européenne étaient quasiment unanime : pas de clause de réparation pour les jantes automobiles<sup>80</sup>. Dans une décision rendue par les juridictions anglaise, le fait que la vente des jantes se faisant par lot de quatre exclut cette possibilité de clause de réparation<sup>81</sup>. Les juridictions belges, danoises, néerlandaises et allemandes ont retenu les mêmes arguments et c’est dans ce cadre que le “Bundesgerichtshof (la plus haute juridiction allemande) a soumis des questions préjudicielles à la CJUE quant à l’interprétation de l’article 110”<sup>82</sup>.

Pour autant, cela ne signifie pas que les groupes automobiles interdisent les modifications types tuning dans un but d’enjoliver les véhicules. Sur les réseaux sociaux, certaines entreprises automobiles tolèrent, parfois de manière implicite (par une identification dans une publication), parfois de façon explicite (au moyen d’un commentaire, d’un “like” ou d’un partage), la diffusion d’images de véhicules ayant fait

---

<sup>76</sup> CJUE, aff. C-397/17 et aff. C435/16, déc. 2017.

<sup>77</sup> CA Paris, 16 nov. 2022.

<sup>78</sup> CJUE 20 déc. 2017, aff. n°C-397/16 et aff. C-435/16.

<sup>79</sup> *Ob. cit.*

<sup>80</sup> F. GLAIZE “*Clause de réparation & modèles de pièces détachées de véhicules – BMW vs RS-IMPORT : les jantes et l’article 110 du Règlement 6/2002*”, blog le petit musée des marques et des dessins et modèles.

<sup>81</sup> Patent Court, *Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft v Round and Metal Ltd*, 27 juillet 2012.

<sup>82</sup> *Ob cit.*

l'objet de modifications esthétiques. C'est le cas de ©Audi<sup>83</sup> et de ©Mercedes-Benz<sup>84</sup>. Ainsi, peut-on réellement penser que les groupes automobiles ignorent la pratique du tuning, alors même qu'ils participent plus ou moins activement à sa diffusion sur les réseaux sociaux?

Quid de la protection de ces pièces détachées, peuvent-elles être comprises dans certains droits de propriété intellectuelle ?

Les modifications esthétiques apportées à un véhicule peuvent, dans certaines hypothèses, relever de la qualification de modèles communautaires non enregistrés. Cette catégorie, que nous avons déjà évoquée, correspond à des créations dont l'apparence est nouvelle et possède un caractère individuel, sans qu'il soit nécessaire de procéder à un dépôt officiel. Leur particularité réside dans une protection automatique, dès la première divulgation publique du modèle au sein de l'Union européenne, mais limitée dans le temps : celle-ci ne dure que trois ans. Appliquée au domaine automobile, cette protection a pu être invoquée pour des éléments de design ou des personnalisations esthétiques de véhicules.

À titre d'exemple, dans un arrêt rendu en 2021 concernant ©Ferrari,<sup>85</sup> la Cour de justice a précisé les contours de la protection offerte par le modèle communautaire non enregistré. Elle a jugé que l'apparence d'une partie d'un produit, en l'occurrence le capot d'une Ferrari reproduit au moyen d'un kit de tuning, pouvait bénéficier de cette protection. Encore faut-il que l'apparence de la partie concernée soit clairement identifiable au moment de sa divulgation et qu'elle présente un caractère individuel. C'est-à-dire que la pièce doit, par elle-même, produire une impression visuelle distincte et ne pas se fondre totalement dans le produit d'ensemble.

Cette décision montre que certaines modifications esthétiques appliquées aux véhicules, loin d'être de simples accessoires, peuvent constituer de véritables créations originales protégées par le droit des modèles.

---

<sup>83</sup> Compte Instagram Audi : <https://www.instagram.com/audi/tagged/> .

<sup>84</sup> Compte Instagram Mercedes-Benz : <https://www.instagram.com/mercedesbenz/tagged/> .

<sup>85</sup> CJUE, 28 oct. 2021, *Ferrari*, affaire n° C-123/20.

Ainsi, l'utilisation de pièces détachées, si elles sont concernées par la clause de réparation, ne devrait pas, sous réserve de la décision des juridictions, être qualifiable de contrefaçon. En revanche, si les pièces détachées sont en dehors du champ d'application de l'article 19<sup>86</sup>, alors en fonction du cas d'espèce, les titulaires de droit pourraient agir sur le fondement de contrefaçon.

En définitive, le tuning peut, en théorie, être perçu comme une atteinte à la propriété intellectuelle, dès lors qu'il touche à des éléments grevés de protection. Toutefois, dans la pratique, son objectif n'est pas de contrefaire les véhicules bénéficiant d'une protection juridique, mais plutôt de permettre une forme d'expression personnelle à travers l'utilisation de pièces détachées.

Dans cette seconde partie, il conviendra de souligner que, pour les particuliers, le tuning n'apparaît pas réellement comme une violation des droits des constructeurs, mais bien comme un moyen d'appropriation esthétique et artistique de leur automobile.

---

<sup>86</sup> *ibid.*

## Titre 2 - Les défis et restrictions du tuning face aux droits exclusifs

Les modifications esthétiques sur un véhicule soulève des questionnements juridiques majeurs dès lors que la propriété intellectuelle rentre sur le circuit. La rencontre entre le droit de propriété matérielle, reconnu au propriétaire du véhicule, et les prérogatives du titulaire de droits sur l'apparence esthétique du produit, met en exergue une frontière délicate, où l'exercice de la liberté individuelle se heurte à certaines limites. Un des enjeux dans l'encadrement de ce type de pratique est aussi de déterminer la qualité de l'acteur en présence. Ainsi, les défis juridiques et économiques diffèrent profondément selon que le tuning est pratiqué par un particulier, dans un cadre privé, ou par un professionnel, dans une logique commerciale. Il faut alors dégager un équilibre entre droits de la concurrence et la distinction des statuts de particulier et de professionnelle face au tuning et à la propriété intellectuelle.

### Chapitre 1 - Une balance entre droit de propriété et liberté de modification de son bien

Il existe une dualité entre le droit de propriété et les droits de propriété intellectuelle qui se manifeste particulièrement lorsqu'il s'agit de la modification d'un bien, en particulier dans le secteur automobile. D'un côté, le propriétaire d'un véhicule se voit reconnaître un droit fondamental d'user, de jouir et de disposer de son bien, ce qui inclut en principe la liberté de le transformer ou de le personnaliser selon ses préférences (Section 1). De l'autre, ces libertés trouvent des limites dès lors que le bien en question incorpore des créations protégées, qu'il s'agisse d'un design, d'un dessin, d'un modèle ou d'une marque (Section 2). Ce chapitre propose ainsi de mettre en balance ces deux dimensions : l'affirmation des droits du propriétaire sur son bien et l'expression de sa liberté de modification, face aux contraintes et aux résistances que peut opposer la propriété intellectuelle.

## Section 1- Le propriétaire face à son droit sur le bien

Posséder un véhicule ne se limite pas à en avoir la jouissance matérielle : c'est aussi disposer d'un ensemble de droits qui peuvent se heurter à ceux de l'auteur de sa conception esthétique. Le propriétaire souhaite pouvoir utiliser, modifier ou personnaliser librement son bien. A contrario, le créateur cherche à préserver l'intégrité de son œuvre et le monopole attaché à ses droits. La voiture se retrouve ainsi sur une ligne délimitant la liberté individuelle et la protection juridique des créations.

D'une part, la réflexion se portera sur l'examen de la portée effective des droits du propriétaire du véhicule puis, d'autre part, les limites posées par la protection intellectuelle et, parfois, par le droit à l'image des biens.

### I - Droit de propriété du titulaire de droit versus le droit du propriétaire du véhicule

La rencontre de la propriété du détenteur du véhicule sur son bien et le droit de propriété intellectuelle du créateur ouvre à réflexion. Alors que le propriétaire va revendiquer son droit de propriété sur son bien matériel, le titulaire de droit entend quant à lui protéger l'œuvre esthétique créée pour désigner le véhicule. Entre ces deux voies, la ligne est fine et mouvante, laissant place à une interprétation nuancée et à un nécessaire équilibre des intérêts.

D'abord, le propriétaire du véhicule, c'est à dire celui qui l'a acheté, dispose d'un "droit réel principal qui confère à son titulaire, toutes les prérogatives sur le bien constituant l'objet de son droit"<sup>87</sup>. Ce droit est consacré à la fois par la loi<sup>88</sup>, mais il est aussi érigé en tant que droit fondamentale au sein de la Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen<sup>89</sup>. De ce fait, il n'est pas possible de déroger à ce droit de propriété. Cela a par

---

<sup>87</sup> Fiche d'orientation, *propriété*, Dalloz, Août 2024.

<sup>88</sup> Article 544 du Code civil.

<sup>89</sup> Article 2 et 17 de la DDHC.

ailleurs été rappelé par le Conseil Constitutionnel en 1982<sup>90</sup>. Ce droit fondamental amène alors à plusieurs droits sur le bien. On parle de l'*usus*, du *fructus* et de l'*abusus*. Autrement dit, le propriétaire va pouvoir user de son bien comme il l'entend, l'exploiter et "le conserver; le vendre, le donner ou même le détruire"<sup>91</sup>, tant qu'il respecte les réglementations, l'ordre public et les bonnes mœurs.

Ainsi, le propriétaire d'un véhicule va pouvoir l'exploiter, par exemple le transformer en un taxi ou alors réaliser des modifications esthétiques sur ce dernier. Puisque c'est un droit absolu, exclusif et perpétuel, il apparaît délicat de s'opposer à l'utilisation du bien comme le propriétaire l'entend. Il est de ce fait le seul à détenir un monopole sur le véhicule<sup>92</sup>.

À l'instar du droit de propriété matérielle, le droit de propriété intellectuelle a été défini comme un droit fondamental. En effet, la Charte Universelle des droits fondamentaux de l'Union Européenne prévoit que la propriété intellectuelle est protégée au même titre que le droit de propriété sur les biens corporels<sup>93</sup>. De ce fait, les titulaires de droit de propriété intellectuelle ont un monopole sur leur création pendant toute la durée de protection de celle-ci. Cela se justifie assurément par la dimension économique mais aussi culturelle de l'innovation et la création.

Par ce monopole, le droit fondamental lui confère la faculté d'autoriser ou d'interdire toute utilisation, reproduction, transformation ou commercialisation de la création protégée.

On remarque alors que le droit de propriété sur les biens corporels et celui sur les actifs immatériels est à la même échelle, ce qui interroge vivement sur la nécessité de concilier ce monopole, voulu exclusif, avec d'autres libertés et droits fondamentaux. C'est précisément à cette articulation que se heurte la question des véhicules et de leurs modifications esthétiques.

L'adage bien connu selon lequel " la liberté de l'un s'arrête là où celle des autres commence"<sup>94</sup> reste au centre du questionnement de l'articulation entre la propriété

---

<sup>90</sup> Conseil Constitutionnel, 16 janvier 1982.

<sup>91</sup> *Ob cit.* fiche d'orientation.

<sup>92</sup> Article 546 du Code civil.

<sup>93</sup> Article 17 de la Charte Universelle des droits fondamentaux de l'Union Européenne.

<sup>94</sup> Article 4 des droits de l'Homme et du citoyen du 26 août 1789.

corporelle et la propriété intellectuelle . En effet, le propriétaire d'un véhicule revendique un droit fondamental d'usage et de disposition, tandis que le titulaire d'un droit de création invoque une protection tout aussi fondamentale sur l'œuvre intégrée.

Néanmoins, au regard du principe selon lequel le droit spécial déroge au droit général, la propriété intellectuelle pourrait de ce fait prévaloir sur la propriété matérielle, limitant ainsi certaines libertés du propriétaire. Le débat est alors ouvert, lequel de ces deux droits doit l'emporter, ou plutôt la question est de savoir comment concilier une coexistence sans que l'un n'efface totalement l'autre?

Au regard de la durée de ces deux droits, il est à noter qu'en réalité le droit de propriété intellectuelle est déterminé dans le temps, alors que le droit de propriété matérielle ne connaît pas réellement de date limite. Si ce n'est que le transfert de la propriété du bien ou la fin de la détention du véhicule, en cas de destruction par exemple. Dans le cas où la durée de protection d'un droit de propriété intellectuelle est échu, la question ne va pas se poser, le propriétaire du bien pourra faire ce qu'il souhaite sur celui sans même se soucier du titulaire de droit. Or, généralement, le tuning automobile va s'exercer sur des voitures plus ou moins récente mais dont le design est, souvent, encore protégé. Cela nous amène à nous interroger sur la deuxième possibilité, lorsque tous les droits : propriété matérielle et propriété intellectuelle sont toujours d'actualité sur le véhicule.

Il va falloir proposer une balance d'intérêt entre le droit du titulaire et le droit de propriétaire. En réalité, il peut être admis que dans la vie courante, si un propriétaire réalise une modification, que ce soit d'un point esthétique ou mécanique, il ne prévient jamais le titulaire des droits sur le véhicule, sauf s'il fait ses réparations ou modifications au sein d'un garage habilité ou au sein d'un concessionnaire.

De plus, le titulaire de droit possède-t-il encore justement des droits sur la création incorporée dans le bien du propriétaire, alors même que selon la théorie de l'épuisement des droits <sup>95</sup>, il n'a plus d'alternative d'opposition une fois que le bien est sur le marché.

---

<sup>95</sup> *Ob cit* titre 1 chapitre 2.

La législation et la doctrine ne semblent pas donner d'avis sur cette coexistence de droit absolu vis-à-vis de véhicule. En revanche, la même situation peut aussi se retrouver avec d'autres biens et d'autres droits de propriété intellectuelle. Il s'agit de voir maintenant qu'il est possible de réaliser un parallèle avec d'autres biens grevés de propriété intellectuelle.

## II - La distinction entre droit d'usage et atteinte à la protection juridique

Toute la difficulté réside dans la détermination de l'étendue des prérogatives du propriétaire lorsqu'un bien est grevé de droits de propriété intellectuelle. En effet, le droit de propriété matérielle, garanti comme droit fondamental, confère à son titulaire la liberté d'user, de jouir et de disposer de son bien. La question se pose alors de savoir si cette liberté peut s'exercer de manière absolue, indépendamment de la protection intellectuelle qui continue de peser sur l'objet. Autrement dit, l'acquisition légitime d'un bien confère-t-elle à son propriétaire un pouvoir illimité de transformation et de disposition, ou bien ces prérogatives demeurent-elles contraintes par les droits exclusifs du créateur ? C'est précisément dans cette tension que s'inscrit le débat entre liberté de modification et respect de la protection juridique.

Pour répondre à cette interrogation, prenons l'exemple d'un collectionneur d'art qui acquiert des tableaux de peintres célèbres comme Picasso. L'artiste étant mort il y a moins de 70 ans, la protection des droits d'auteurs n'est pas encore tombée. Si le tableau n'est pas présent dans des musées et appartient à une collection privée, le collectionneur aurait potentiellement le droit d'utiliser cette toile, ou de la transformer, sans que personne ne soit informé. En réalité, le propriétaire de l'œuvre d'art pourrait être poursuivi pour dégradation. En effet, il "est interdit de porter atteinte à l'intégrité d'une œuvre d'art, même quand on en est le propriétaire, car le droit moral de l'artiste est perpétuel et inaliénable. Le domaine artistique constitue le seul secteur où le droit de propriété est moins fort que le droit d'auteur"<sup>96</sup>. À noter qu'à ce titre, le propriétaire pourrait être sanctionné des mêmes peines que celle de dégradation, destruction ou détérioration sur un bien public, culturel ou patrimonial. L'infraction est de ce fait

---

<sup>96</sup> ADAGP, société française de gestion collective des droits d'auteur dans les arts visuels, dans l'article du média 20min, *Qui a le droit de détruire une œuvre d'art?*, 2008.

sanctionnée par 7 ans d'emprisonnement et 100 000€ d'amende<sup>97</sup>. Est-il possible de transposer cette infraction lors de modifications esthétiques de type tuning?

Répondons à cela par un autre questionnement : si le véhicule est détruit volontairement dans un accident de voiture, est ce que le propriétaire du véhicule serait poursuivi pour dégradation de bien grevé d'une protection de propriété intellectuelle ? Les groupes automobiles ne poursuivent pas chaque personne ayant eu un accident avec l'une de leur production. Ici, on pourrait alors répondre par la négative.

Ainsi, la transposition de l'infraction n'est, *a priori*, pas applicable sur des véhicules transformées par du tuning.

De même, un droit à l'image sur les biens est-il prévu? Et si c'est le cas, quid du titulaire de ce droit, est ce le propriétaire du bien ou le créateur de l'œuvre? D'un point de vue jurisprudentiel, la première et la deuxième chambres civile de la Cour de Cassation, n'étaient pas d'accord sur la notion même de droit à l'image des biens <sup>98</sup>. L'une considérait qu'il y avait une atteinte lorsqu'une exploitation de l'image par un tiers "causait un trouble certain au droit d'usage et de jouissance du propriétaire"<sup>99</sup>, tandis que l'autre ne considérait pas l'existence d'un "droit autonome à l'image d'un bien", et de ce fait "qu'il ne s'agissait pas d'un attribut du droit de propriété"<sup>100</sup>. "L'Assemblée plénière de la Cour de cassation est donc intervenue pour mettre fin à cette divergence et a précisé, dans un arrêt du 7 mai 2004, que " le propriétaire d'une chose ne dispose pas d'un droit exclusif sur l'image de celle-ci ; il peut toutefois s'opposer à l'utilisation de cette image par un tiers lorsqu'elle lui cause un trouble anormal".<sup>101</sup> Il n'y a donc pas de droit à l'image rattachable en tant que tel au droit de propriété.

Au regard de cette décision, il apparaît que le propriétaire d'un véhicule ne dispose pas en principe d'un véritable droit à l'image sur celui-ci, sauf lorsqu'un trouble anormal est détecté. Pour autant, c'est précisément le titulaire de droit de propriété intellectuelle qui pourrait qualifier certaines pratiques, telles que le tuning, comme un tel trouble. Dans

---

<sup>97</sup> Service public, *vandalisme*, 6 juin 2025.

<sup>98</sup> Fiche d'orientation, *droit à l'image*, Dalloz, Mai 2024.

<sup>99</sup> Cass civ 1er, 2 mai 2001.

<sup>100</sup> Cass civ 2e 5 juin 2003.

<sup>101</sup> *Ob cit.* Fiche d'orientation.

cette logique, les constructeurs sont susceptibles d'assimiler les modifications esthétiques apportées au véhicule à une atteinte à leurs droits de propriété intellectuelle. Toutefois, les consommateurs, en leur qualité de propriétaires, conservent la faculté de modifier ou de personnaliser leur bien. Cette liberté participe d'une logique plus large d'appropriation et de réutilisation, expression élargie d'un droit de réutilisation à l'exemple de l'upcycling.

## Section 2 - La liberté de modification et de personnalisation

La liberté de modification et de personnalisation des biens s'incorpore dans deux logiques : d'une part l'appropriation par le consommateur de son bien et d'autre part, la protection de droits exclusifs détenus par les titulaires de droits de propriété intellectuelle. La customisation est avant tout un reflet de la volonté du consommateur, le propriétaire de véhicule, d'exprimer à la fois sa liberté mais aussi proposer son interprétation propre à son bien. Ce n'est pas juste embellir, c'est réaliser une customisation à son image pour se démarquer (I). Le dialogue entre la volonté d'usage et les prérogatives attachées aux droits protégés devient alors source de tensions, parfois de contentieux, tant la ligne de partage entre appropriation légitime et atteinte au droit demeure fragile et sujette à interprétation. Cela est d'autant plus le cas lorsque le particulier décide d'utiliser les réseaux sociaux comme moyens de diffusion de ses modifications (II).

### I - Les intérêts du consommateur et la customisation

La customisation, c'est-à-dire le fait de personnaliser un objet, peut aussi prendre place dans d'autres secteurs que l'automobile. En effet, aussi appelé l'upcycling, le principe est de transformer des produits en fin de vie ou "démodés" en des objets de meilleure qualité, ou plus à la mode. En l'occurrence, comme l'introduction de la clause de réparation, l'upcycling est censé avoir un effet bénéfique sur le développement durable et sur l'économie circulaire.

Pour faire un parallèle avec le tuning, il est nécessaire de s'interroger sur l'encadrement de l'upcycling. Aujourd'hui, cette pratique n'est pas encore pleinement encadrée par la législation ; à l'instar du tuning, elle repose sur la mobilisation de différents droits de propriété afin de dégager des règles plus ou moins contraignantes.

Une question se pose quant aux objets transformés par l'upcycling. Il s'agit à l'origine d'objets pouvant être grevés de propriété intellectuelle, notamment de droits d'auteur, qui sont transformés ou réutilisés dans d'autres créations artistiques ou commerciales. Le produit d'origine peut alors être revendiqué par le designer ou la marque détentric

du produit<sup>102</sup>. Plusieurs cas vont pouvoir être admis : soit le produit transformé devient une œuvre originale et créative, qui répondrait donc aux conditions de protection du droit d'auteur, soit le produit correspond à une simple modification, à ce titre, le créateur ne pourra pas bénéficier de protection sur son produit upcyclé.

Antérieurement, nous avons évoqué le triple test permettant d'admettre certaines exceptions au droit de propriété intellectuelle. Le Tribunal judiciaire de Paris a récemment rendu une décision en défaveur de l'upcycling<sup>103</sup>. Ce dernier ne pouvant donc pas être passible d'être une dérogation au regard du triple test. À travers cette décision, le tribunal a rappelé que la propriété intellectuelle ne "saurait céder devant des justifications esthétiques, marketing ou environnementales dès lors que les œuvres en cause conservent une valeur économique, même dans le circuit de la seconde main"<sup>104</sup>. La pratique du tuning permet une personnalisation d'un véhicule, avec des pièces détachées d'origines ou d'occasion, donnant au propriétaire du véhicule la possibilité de laisser libre court à son envie, dans le respect de l'ordre public et des bonnes mœurs évidemment.

Au regard de l'interprétation de l'upcycling, le tuning peut être rapproché de cette pratique dans l'idée potentielle de prôner une réutilisation et une transformation créative. Comme c'est le cas pour les objets issus de cette pratique, le véhicule modifié conserve tout du moins une partie de l'identité initiale du produit, tout en dénotant avec l'empreinte esthétique de son propriétaire. D'ailleurs, les particuliers pratiquant le tuning n'ont généralement pas leur identité inscrite sur leur véhicule. Aussi, de la même manière que l'upcycling soulève la question de l'équilibre entre innovation personnelle et respect des droits du créateurs du design, la pratique de tuning pourrait appeler à un encadrement juridique qui ne saurait pour autant pas se limiter à une logique simple de contrefaçon. Rappelons que la contrefaçon doit prendre place dans la vie des affaires. Le tuning ne répond pas réellement à cette définition puisque sa finalité n'est généralement pas de tirer un profit économique, les passionnés dépensant parfois la

---

<sup>102</sup> Maya Lahlouh, *l'encadrement juridique de l'upcycling en droit français : entre économie circulaire et développement durable*, le Monde du droit, janvier 2025.

<sup>103</sup> Tribunal judiciaire de Paris, 3e chambre, 1re section, 10 avril 2025, *Hermès vs R&C*, n° RG 22/10720.

<sup>104</sup> V.FAUCHOUX, "*Hermès obtient gain de cause contre des pratiques d'upcycling illicites : une décision de référence du Tribunal judiciaire de Paris*", 14 mai 2025.

valeur de la voiture en modification, mais plutôt d'exposer, de partager et d'affirmer une singularité à travers un projet de modification devenu unique.

## II - La diffusion sur les réseaux sociaux d'un véhicule modifié

Dans une société toujours plus connectée, les réseaux sociaux constituent une véritable vitrine privilégiée pour exposer les créations et pratiques individuelles. Nombreux sont les utilisateurs à proposer du contenu sur le tuning automobile. La diffusion en ligne de véhicules ayant subi des modifications esthétiques n'apparaît pas aux yeux de tous comme une contrefaçon et un risque d'image pour les entreprises. Néanmoins, il s'agit d'une confrontation entre la liberté d'expression, ou de communication des particuliers, créateurs de contenu, face à l'image de marque des groupes automobiles. S'il n'est pas interdit de partager son bien sur les réseaux sociaux, il faut tout de même veiller à ne pas laisser apparaître une idée trompeuse au public.

Prenons l'exemple d'un particulier qui achète en 2024 un véhicule de marque ©Audi, dont le modèle est une Audi A3 Berline. Ce modèle est enregistré auprès de l'EUIPO et protégé jusqu'en 2029<sup>105</sup>. Il décide de faire quelques modifications sur sa voiture quelques mois après l'achat, notamment le changement de jantes automobiles en mettant à la place des jantes effet sport ressemblant aux jantes de l'Audi A3 Sportback. Il change aussi la couleur de celle-ci en pratiquant le covering faisant passer la voiture de noir à violet pourpre. Puisque l'acquéreur est passionné par le tuning, il va tout simplement poster les modifications sur les réseaux sociaux. Le particulier, qui est d'ailleurs aussi créateur de contenu à scandale, légèrement connu, ne mentionne aucun partenariat mais choisit d'identifier la marque. Mettons de côté la question des règles de publicités et de partenariat pour les créateurs de contenu. Ici, la démarche peut interroger : la communauté de ce créateur ne va-t-elle pas associer cette publication comme un partenariat "déguisé" avec ©Audi ?

Le consommateur moyen, en règle générale, est un consommateur qui utilise les services ou consomme les produits de la marque et possède une attention moyenne au

---

<sup>105</sup> Numéro d'enregistrement : 015048098-0001.

détail, à l'image, etc. Néanmoins, comme susmentionné, lorsqu'il s'agit d'un véhicule le consommateur moyen n'est pas forcément un passionné ou une personne conduisant des voitures de la marque<sup>106</sup>.

Le créateur de contenu s'adresse ainsi à une communauté composée de profanes, de passionnés, de personnes du métiers, autrement dit une communauté hétéroclite. Alors, si l'impression que détient la majorité de sa communauté semble être que le post du créateur de contenu est un post qui promet un partenariat avec la marque. Le consommateur moyen peut être confus voire tromper dans sa vision de la relation commerciale entre le créateur de contenu et la marque. La confusion dans l'esprit du public est une condition caractérisant des actes de contrefaçon. Ici le créateur de contenu va apparenter les modifications esthétiques qu'il a lui-même réalisées, à un acte qu'aurait pu faire le constructeur automobile. L'entreprise pourrait mener une action en justice contre ce créateur, sur le fondement de la contrefaçon, de l'altération du produit ou en dénigrement de la marque et des actifs immatériels qu'elle possède. Néanmoins, dans les faits, les constructeurs automobiles ne poursuivent pas réellement les particuliers. Il n'y a pas de caractérisation de concurrence déloyale.

On peut envisager une hypothèse particulière dans laquelle un propriétaire choisit de modifier son véhicule de marque A en y intégrant des pièces détachées provenant d'un modèle de marque B, pièces qui ne relèvent pas de la clause de réparation. Le but du propriétaire n'est pas forcément d'améliorer l'esthétique mais plutôt de donner l'illusion qu'il s'agit d'un modèle appartenant à une autre marquée détenant un certain prestige. Dans ce cas, l'atteinte à la propriété intellectuelle ne réside pas uniquement dans la reproduction non autorisée de pièces protégées, mais également dans le risque de tromper le public ou de détourner l'image de la marque concernée. Des actes de contrefaçon par imitation de la marque vont être sanctionnés, d'autant plus lorsque la marque contrefaite est notoire<sup>107</sup>. Pour l'instant les juridictions ne se sont pas saisies d'affaires relatives au tuning automobile sur la question de contrefaçon de marque. Néanmoins, dans d'autres secteurs notamment celui du luxe, des diffusions de

---

<sup>106</sup> *Ob cit.* chapitre 1.

<sup>107</sup> *ibid.*

publications d'articles contrefaisants ont pu être publiés sur des "marketplace", ce qui a amené les juridictions à sanctionner le site pour contrefaçon de marque<sup>108</sup>.

Ainsi, si les affaires de tuning n'arrivent que très rarement devant les juridictions, n'est-ce pas la preuve que les constructeurs automobiles n'ont pas véritablement d'intérêt à poursuivre les particuliers qui procèdent à des modifications esthétiques sur leur véhicule ? En revanche, s'agissant des professionnels du marché, les controverses apparaissent plus nombreuses. Cela montre bien qu'il convient d'opérer une distinction entre les particuliers, dont la finalité reste l'usage privé, et les professionnels du secteur, pour lesquels le tuning constitue avant tout une source de profit.

---

<sup>108</sup> F. CHOPIN, *Cybercriminalité*, Répertoire de droit pénal et de procédure pénale, mars 2024.

## Chapitre 2 - Des statuts différenciables et à différencier : particuliers et professionnels

La pratique du tuning soulève des enjeux différents selon les acteurs du marché que ce soit du côté des particuliers ou du côté des professionnels (garagiste, vendeur de pièces détachées...). Si chacune des parties peut potentiellement effectuer des modifications ou utiliser des pièces détachées, la finalité de leur projet n'est pas comparable. En effet, les professionnels cherchent souvent un profit, tandis que les particuliers agissent essentiellement par passion, créativité ou recherche d'originalité. Cette distinction implique qu'il n'est pas possible de proposer un encadrement juridique uniforme. De facto, les mêmes règles, conçues pour protéger les intérêts commerciaux et la propriété intellectuelle dans un cadre professionnel, (Section 1) ne sauraient être imposées de manière identique aux amateurs (Section 2). Il faut donc distinguer ces deux acteurs différents : le particulier, aussi consommateur, et le professionnel.

### Section 1 - le tuning par les particuliers : enjeux et limites juridiques

Le tuning pratiqué par les particuliers met en lumière le délicat équilibre entre le droit de jouir pleinement de son véhicule et la protection des droits de propriété intellectuelle. Chacun souhaite pouvoir personnaliser son véhicule, lui donner un style unique, sans pour autant franchir les lignes juridiques imposées par la protection des marques ou des créations esthétiques. Les risques sont multiples : atteinte à l'image d'une marque, dénigrement, contournement des règles de distribution sélective... Pourtant, tant que l'usage reste privé, le particulier ne concurrence pas les acteurs du marché, et le tuning ne peut être assimilé à de la contrefaçon ou du parasitisme (I). Il s'agira de se pencher particulièrement sur la notion d'œuvre composite pouvant être une alternative à l'encadrement du tuning (II).

## I - De l'usage privé à l'exposition publique : quand la personnalisation devient une atteinte potentielle à la marque

Un particulier n'a pas le même impact sur le marché qu'un professionnel. Pour autant, lorsqu'un consommateur utilise son pouvoir de consommateur, il peut tout de même influencer sur le marché.

Concernant la pratique du tuning, présente dans l'espace public depuis des décennies, elle peut entraîner des conséquences dans l'espace public vis-à-vis des marques. Si dans certaines situations les citoyens peuvent appeler au "boycott", un individu peut aussi représenter une certaine "menace" pour des grands groupes. Des dérives peuvent donc apparaître, par exemple des atteintes à la réputation de la marque, du dénigrement ou simplement une atteinte au mode de distribution de la marque.

En premier lieu, il est important de rappeler que si un véhicule comportant des modifications esthétiques est contraire aux règles de bienséances, usage privé ou non, il serait passible de sanction notamment le retrait du véhicule ou la remise en état d'origine. Le législateur précise l'importance que les droits de propriété industrielle soient aussi respectueux de l'ordre public. En droit des brevets, certaines inventions ne sont brevetables puisqu'elles contreviennent à l'ordre public<sup>109</sup>. De même, certaines marques ne peuvent être valablement enregistrées si elles sont contraires aux règles de bienséances<sup>110</sup>. En revanche, aucune mention ne semble être faite pour les dessins et modèles, le parent pauvre de la propriété industrielle. Le parallèle est possible puisque le principe de non contrariété à l'ordre public et aux bonnes mœurs s'applique à l'ensemble des droits de propriété intellectuelle<sup>111</sup>.

Il semble effectivement légitime que les modifications esthétiques sur des véhicules, d'autant plus qu'ils soient visibles par le grand public, ne portent pas atteinte à l'ordre public.

---

<sup>109</sup> Article L611-17 du CPI.

<sup>110</sup> Article L711-2 du CPI.

<sup>111</sup> J-M BRUGUIERE, Les grands arrêts de la propriété intellectuelle, *la propriété intellectuelle dans le jeu social*, Dalloz, 2020.

En ce qui concerne la réputation de l'image de l'entreprise ou de sa marque et de facto la question du dénigrement possible. Le dénigrement désigne le fait, pour un acteur économique, de jeter, de manière publique, le discrédit sur un concurrent, ses produits ou services, à travers des propos ou comportements de nature à altérer l'image de son concurrent auprès de la clientèle. La jurisprudence est constante sur le sujet. Pour autant, puisqu'il s'agit ici de particulier, la question de l'atteinte à la réputation de la marque peut être plus appropriée.

Celle-ci peut se définir comme toute utilisation du signe distinctif par un tiers, même s'il n'y a pas de risque de confusion, altérant, ternissant ou dévalorisant l'image positive que la marque a construite auprès du public. Cela peut être expliqué en cas d'utilisation de produit ou proposition de services de qualité inférieures, mais aussi d'une exploitation jugée contraire aux valeurs véhiculées par la marque. Par exemple, la CJUE a consacré en 2010 une atteinte à une marque renommée dans des "conditions susceptibles de porter atteinte à son image ou de détourner son pouvoir d'attraction, même en l'absence de confusion directe"<sup>112</sup>. De plus, pour qu'il y ait une atteinte à la réputation de la marque il faut également qu'il y ait un usage public du bien de manière dégradante ou dévalorisante.

Prenons le cas d'une personne réalisant des modifications de type tuning en utilisant des pièces détachées provenant de sites connus pour leur qualité "bas de gamme". Une fois que cette personne a réalisé les modifications et l'a posté sur la diffuser auprès du grand public, cela pourrait être constitutif d'une atteinte à la réputation de la marque. Alors, dans certains cas la pratique du tuning pourrait être sanctionnable par le juge.

Réaliser des modifications esthétiques pourrait également se rapprocher de la notion de la forclusion par tolérance si les groupes automobiles connaissent la situation, via par exemple des tags sur les réseaux sociaux. La forclusion par tolérance s'explique comme "une situation dans laquelle le titulaire d'une marque antérieure tolère sciemment, pendant une période continue de cinq ans, l'usage d'une marque postérieure enregistrée sans exercer de recours"<sup>113</sup>. Le droit européen reconnaît

---

<sup>112</sup> CJUE, *Google France et Google Inc.*, affaires jointes n°C-236/08 et C-238/08, 23 mars 2010.

<sup>113</sup> N. DREYFUS, *L'importance de défendre activement sa marque : comprendre la forclusion par tolérance*, village justice, 3 juin 2025.

également cette forclusion par tolérance<sup>114</sup>. Cette forclusion peut alors se transposer à la question du tuning si aucune action en justice n'a été réalisée pendant une période continue de 5 ans à partir du moment où le véhicule modifié a été partagé sur la place publique. Qui plus est, il est fort probable que dans les années suivantes l'achat ou les modifications, le véhicule a déjà été vendu. À ce titre, il est par ailleurs nécessaire que le propriétaire ayant réalisé les modifications préviennent l'acquéreur de seconde main des modifications réalisées.

Enfin, la notion de distribution sélective ou exclusive sur le marché sont des notions à évoquées. Comme mentionné précédemment l'image de marque, l'identité de l'entreprise est importante sur un marché concurrentiel. À ce titre, certains groupes ou grandes entreprises font le choix d'un marketing de l'exclusivité ou de la rareté, aussi appelé distribution sélective. L'objectif est de maintenir une rareté des produits, en préservant la cohérence de la marque et en privilégiant une clientèle particulière. Une entreprise a le droit de pratiquer une politique commerciale sélective, tant qu'elle ne déroge pas aux règles d'ordre public notamment celles relatives à la discrimination. En effet, cela ne se base pas sur de la discrimination puisque les marques choisissent plutôt de se baser sur leur historique d'achat ou sur une fidélité à la marque pour proposer certains produits. Il est possible de citer à titre d'exemple ©Rolex qui détient des listes de commandes, s'apparentant davantage à une liste de vœux pour que les consommateurs puissent se procurer des modèles particulier<sup>115</sup>. De même, la marque ©Hermès, réalise une distribution sélective pour certains de ses sacs iconiques tels que "le Birkin" ou "le Kelly" qui ne peuvent s'obtenir qu'en ayant dépenser une certaine somme dans les autres sacs de la marque<sup>116</sup>.

Le secteur automobile n'est pas épargné par cette pratique puisque certains modèles de voitures ne sont proposés qu'à une clientèle aisée et/ou célèbre. Par exemple, la marque ©Lamborghini ne fait le choix de vendre ses voitures qu'à une clientèle exclusive. De même, le créateur de contenu français "Squeezie" possède un véhicule Aston martin DBX 707, qui est la première de son modèle à avoir été immatriculée en

---

<sup>114</sup> Article 61 du Règlement sur la marque de l'Union Européenne (RMUE).

<sup>115</sup> Article de presse Chrono. 24 .

<sup>116</sup> Article de Vogue France.

France. À ce titre, si un particulier décidait d'essayer de reproduire certains aspects de ©l'Aston Martin sur un véhicule réputé moins prestigieux alors il peut apporter une dilution de la marque, autrement dit, rendre celle-ci moins exclusive.

En définitive, si la pratique du tuning par les particuliers s'inscrit d'abord dans une logique d'appropriation personnelle, elle ne saurait être considérée comme exempte de tout contrôle. Dès lors que les modifications sortent de la sphère strictement privée et qu'elles sont exposées publiquement, que ce soit dans l'espace physique ou sur les réseaux sociaux, elles peuvent entrer en résonance avec des enjeux de réputation, de distribution sélective ou encore de dilution de l'image de marque. Ainsi, même si le particulier n'agit pas avec un objectif économique, son comportement peut produire des effets sur le marché et engager, dans certains cas, sa responsabilité.

En revanche, au titre des droits d'auteurs, le particulier pourrait invoquer, pour se sortir d'affaires au besoin, la protection de l'œuvre composite.

## II - Une limite à la contrefaçon : l'œuvre composite

Le droit d'auteur connaît la notion d'œuvre composite, comme une création nouvelle à laquelle est "incorporée une œuvre préexistante, sans la collaboration de l'auteur de cette dernière"<sup>117</sup>. À ce titre, une œuvre composite bénéficie d'une protection autonome, dès lors qu'elle est originale, tout en respectant les droits de l'auteur de l'œuvre originelle. Transposée au domaine du tuning, cette qualification permettrait, dans certains cas, de protéger la personnalisation d'un véhicule comme une création distincte, sous réserve que les modifications apportées revêtent un caractère suffisamment original. Alors, à ce titre, il serait possible de vendre le véhicule avec le seul accord du titulaire de droit sur l'œuvre composite, à savoir le propriétaire actuel du bien.

---

<sup>117</sup> Article L113.2 du CPI.

Il se pourrait, en dépit de l'octroi de la protection sur une œuvre composite, que les juridictions décident que les modifications esthétiques s'apparentent à de la contrefaçon ou à du parasitisme.

La contrefaçon s'entend comme toute utilisation, reproduction ou imitation d'une œuvre protégée effectuée sans l'autorisation de son titulaire, et qui porte ainsi atteinte aux droits exclusifs conférés par la propriété intellectuelle. Le parasitisme, quant à lui, vise à réprimer les comportements par lesquels un acteur économique cherche à bénéficier indûment de la réputation, des efforts ou des investissements consentis par un concurrent, en profitant de son sillage sans assumer de charges équivalentes. Or, dans le cadre du tuning pratiqué par des particuliers, ces qualifications apparaissent difficilement transposables. En effet, il n'existe généralement pas de véritable concurrence entre les particuliers et les constructeurs automobiles, puisqu'ils n'agissent pas sur le même marché. De ce fait, ni la contrefaçon, en l'absence de reproduction à des fins commerciales, ni le parasitisme, faute d'avantage concurrentiel recherché, ne semblent pouvoir s'appliquer de manière systématique.

Afin d'assurer une juste balance des intérêts entre les droits des particuliers et les groupes automobiles en tant que titulaire de droits, il pourrait être intéressant d'ajouter au sein des conditions pour définir si le tuning est constitutif d'atteinte à la propriété intellectuelle ou non, une condition de recherche de profit économique.

Par exemple : *“Le propriétaire d'un véhicule peut en modifier l'apparence esthétique à titre privé, sans intention d'exploitation commerciale ni de recherche d'enrichissement personnel.*

*Ces modifications ne peuvent toutefois être admises que dans la mesure où elles ne portent pas atteinte à l'ordre public ni à la réputation de la marque du constructeur.”*

En définitive, le tuning réalisé par des particuliers ne poursuit pas un objectif économique. C'est pourquoi, sauf dérive manifeste, les sanctions à leur encontre ne devraient pas être trop lourdes. Cette logique s'oppose à celle des professionnels, qui, en raison de leurs obligations légales et de leur responsabilité accrue, peuvent

légitimement être soumis à un encadrement plus strict et à des sanctions plus sévères. C'est précisément cet écart de traitement entre particuliers et professionnels qu'il convient désormais d'examiner.

## Section 2 - L'activité professionnelle dans la personnalisation automobile

L'intervention des professionnels tels que les garagistes ou les vendeurs de pièces détachées dans le domaine du tuning emporte des questionnements juridiques, bien distincts de ceux auxquels sont confrontés les particuliers. Soumis à des obligations renforcées en matière de conformité des biens, d'information des consommateurs et de respect des normes d'homologation, les acteurs professionnels doivent également composer avec le droit de la concurrence et la protection des marques. Il s'agira d'une part d'examiner la responsabilité accrue des professionnels et les règles qui encadrent leur activité face aux groupes automobiles et aux équipementiers, tout en mettant en balance avec leur liberté du commerce et de l'industrie et leur opportunités d'innovations dans le respect du cadre légal (I). Puis, il faudra appuyer sur la nécessité pour les professionnels de garantir une sécurité des véhicules et une information pour les consommateurs (II).

### I - Loyauté et non concurrence dans les rapports avec l'industrie automobile

Les garagistes et les ateliers spécialisés dans la vente de pièces détachées ou de tuning doivent tenir compte des obligations strictes vis-à-vis des constructeurs et équipementiers. Celles-ci sont généralement liées aux fondements de concurrence saine et de loyauté contractuelle.

En règle générale, les professionnels vont signer des contrats avec les groupes automobiles ou équipementiers afin de pouvoir utiliser ou vendre les pièces détachées d'origine ou d'occasion qu'ils proposent. Bien que ces contrats ne soient pas disponibles au grand public, c'est sans nul doute qu'une clause prévoit que les garagistes ou revendeur agréés se conforme d'une part à une non concurrence envers les équipementiers, ici on ne parle pas d'une clause d'exclusivité. De même, il doit y avoir une obligation d'utiliser les pièces détachées dans le cadre de réparation.

Pour autant, les juridictions ont pu sanctionner des pratiques de parasitisme et de contrefaçon dans le cadre de ces relations commerciales. Par exemple, une Cour d'Appel a rendu une décision dans laquelle la prestation de tuning a été qualifiée de contrefaisante, en l'absence d'autorisation de la marque et de parasite en présence de volonté de tirer profit indûment de la marque<sup>118</sup>.

Comme le particulier, le professionnel ne peut pas réaliser des actions qui seraient susceptibles de porter atteinte à la marque ou à son image. En effet, il peut réaliser une atteinte dans le cas où le garagiste, ou le revendeur agréé, choisit de proposer des pièces détachées en indiquant qu'elles proviennent de la marque, mais que celles-ci sont des pièces contrefaites, et donc de moins bonne qualité. Cela reviendrait à discréditer le groupe automobile aux yeux des consommateurs et donc porter atteinte à la réputation de la marque. De ce fait, toute personne ou toute entreprise tentant d'importer des pièces contrefaisantes en les revendant à des professionnels ou des particuliers vont être sanctionnés<sup>119</sup>. Les services des douanes saisissent chaque année de nombreux produits issus de la contrefaçon, en 2024 c'était environ 24,47 millions de produits contrefaisants saisis. A titre d'exemple, en septembre 2024 à Marseille, une opération avait permis de découvrir, et détruire, 80 000 pièces automobiles contrefaisantes<sup>120</sup>.

Un enjeu particulier réside dans l'utilisation de pièces détachées conformes, mais détournées de leur finalité normale, afin de réaliser des prestations non réglementaires. C'est le cas, par exemple, des reprogrammations moteur, communément appelées "stages", appliquées à des véhicules destinés à la circulation urbaine alors même que ces pratiques sont initialement prévues pour un usage sportif ou réservé aux circuits<sup>121</sup>. Si le professionnel emploie du matériel d'origine, donc a priori conforme aux standards fixés par le constructeur, le détournement de sa fonction engendre une non-conformité globale du véhicule. Une telle transformation peut non seulement entraîner une mise en

---

<sup>118</sup> CA Bordeaux, Section A, *décision n° 14/04200*, du 29 novembre 2016.

<sup>119</sup> Cass crim, *arrêt n°10-80.623*, 13 décembre 2011.

<sup>120</sup> Bilan annuel de la Douane 2024, Gouvernement français.

<sup>121</sup> La reprogrammation moteur, motortech, 2025.

cause de la responsabilité du prestataire au regard des règles d'homologation et de sécurité routière, mais également constituer une forme de concurrence déloyale ou de parasitisme, en tirant profit de la réputation technique du constructeur tout en compromettant la fiabilité de son image.

Dès lors, la question se pose de savoir dans quelle mesure les garages ou préparateurs doivent concilier liberté contractuelle et impératif de loyauté envers les constructeurs, tout en respectant les obligations d'information et de sécurité à l'égard des consommateurs.

## II - Sécurité, information et conformité dans la relation avec les consommateurs

Lorsqu'il intervient sur un véhicule, le professionnel n'est pas seulement tenu par des impératifs techniques, il engage également sa responsabilité à l'égard du consommateur. Les règles issues à la fois du Code des assurances, mais aussi du Code de la Consommation<sup>122</sup> imposent un cadre strict afin de garantir que le véhicule demeure conforme et sûr pour pouvoir l'utiliser sereinement sur la voie publique.

D'abord, la question de l'assurance et de l'homologation est cruciale. En principe, les compagnies d'assurance n'acceptent pas la couverture d'un véhicule dont la puissance a été modifiée ou qui ne respecte plus les caractéristiques fixées par son homologation initiale. Toute transformation affectant des éléments essentiels : puissance, poids, dimensions, système de freinage ou d'émission, doit être déclarée et faire l'objet d'une actualisation de la carte grise dans le mois qui suit la modification. À défaut, le véhicule peut se retrouver en situation d'illégalité, exclu de toute garantie d'assurance et, par conséquent, inapte à être revendu légalement. À l'inverse, des changements mineurs, tels que la pose d'un GPS ou de housses de siège, n'emportent pas d'obligations de

---

<sup>122</sup> Article L121-1 du Code de la Consommation.

déclaration<sup>123</sup>. Le professionnel doit donc être particulièrement vigilant lorsqu'il procède à des interventions allant au-delà de la simple personnalisation esthétique.

Ensuite, pèse sur le professionnel l'obligation de délivrer un bien conforme. La Cour de cassation l'a rappelé récemment : tout véhicule vendu doit répondre aux caractéristiques prévues au contrat et être apte à l'usage normalement attendu<sup>124</sup>. Or, la dissimulation d'une modification substantielle peut entraîner la requalification de la vente en vice caché, comme l'a retenu la Cour d'appel de Besançon<sup>125</sup>. Cette jurisprudence met en lumière la gravité des conséquences qu'un professionnel peut encourir lorsqu'il néglige d'informer l'acheteur sur les transformations réalisées.

Enfin, le professionnel est tenu d'une obligation d'information renforcée. Il doit préciser si les pièces utilisées sont d'origine, d'occasion, ou issues d'un équipement différent de l'équipementier d'origine. Une transparence totale s'impose, d'autant plus que les juridictions tendent à consacrer une présomption de responsabilité du professionnel dans le cadre de la revente de véhicules modifiés. "Le client n'ayant en principe pas de connaissances techniques particulières, il doit pouvoir faire confiance au garagiste qui doit du fait de cette relation informer le client"<sup>126</sup>. Alors, le garagiste qui ne se soumet pas à son obligation d'information pourrait être poursuivi sur le fondement de sa responsabilité contractuelle<sup>127</sup>.

De même, les juridictions françaises ont rappelé que les professionnels sont censés s'assurer de la conformité technique des véhicules qu'ils commercialisent<sup>128</sup>. Toute omission ou approximation dans l'information donnée au consommateur peut ainsi être perçue comme une manœuvre déloyale engageant leur responsabilité civile, voire pénale.

---

<sup>123</sup> Service-public, *véhicule modifié et certificat d'immatriculation*, 10 janv. 2025.

<sup>124</sup> Cass. Civ. n°22-18.648, 14 juin 2023.

<sup>125</sup> CA Besançon, 1<sup>re</sup> ch. civ., 3 juin 2025, n°24/00349.

<sup>126</sup> D. VOINOT, *Répertoire de droit commercial Automobile*, juil. 2025.

<sup>127</sup> CA Paris, 1<sup>er</sup> févr. 2002.

<sup>128</sup> Tribunal judiciaire de Lyon, ordonnance en référé, 17 mars 2025.

Même si les obligations du professionnel envers le consommateur sont strictes, il est toutefois nécessaire de rappeler que le professionnel bénéficie également de la liberté d'entreprendre, garantie par le Conseil constitutionnel<sup>129</sup>. Ce principe fondamental permet à tout acteur économique de créer et de gérer une activité, sous réserve du respect des règles légales et réglementaires applicables. Cette liberté d'entreprendre, pouvant aussi s'appliquer par la liberté d'entreprise est également consacré en droit de l'Union Européenne<sup>130</sup>. Ainsi, les obligations imposées au garagiste ou à l'atelier de tuning ne sauraient interdire l'exercice de son activité, mais encadrent seulement la manière dont elle se déploie.

En conclusion les modifications opérées sur un véhicule, loin d'être de simples pratiques sociétales, placent le professionnel au cœur d'un équilibre délicat : répondre aux attentes des clients désireux de personnalisation, tout en respectant scrupuleusement les normes d'assurance, d'homologation et de conformité. À défaut, il s'expose à un contentieux nourri, oscillant entre la sanction civile pour vice caché et la mise en cause pour pratiques trompeuses.

---

<sup>129</sup> Conseil Constit. DC n°81-132, 16 janv 1982.

<sup>130</sup> Charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne, article 16, juin 2016.

## Conclusion

En définitive, la pratique du tuning met en évidence la tension permanente existante entre d'une part les droits de propriété intellectuelle des groupes automobiles et d'autre part, la liberté du propriétaire de disposer de son véhicule. Si certaines modifications esthétiques peuvent théoriquement constituer une atteinte aux droits de dessin, modèle ou marque, l'épuisement des droits et l'exception de la clause de réparation permettent d'introduire une tolérance, ou de créer un flou juridique. La ligne est fine et mouvante pour les groupes automobiles qui voient leur identité commerciale challengée. Pour autant, il est nécessaire d'admettre les limites au monopole des titulaires de droit de propriété intellectuelle.

L'usage de pièces détachées pour personnaliser un véhicule relève ainsi, dans la plupart des cas, d'une activité privée qui ne compromet pas le monopole conféré par la propriété intellectuelle, dès lors qu'elle ne nuit pas à la réputation de la marque et ne vise pas un enrichissement économique. Cela montre que, dans le secteur automobile, la propriété intellectuelle ne peut pas être envisagée comme une barrière absolue mais plutôt comme un outil devant être modulé pour s'adapter aux usages réels, parfois à la frontière entre innovation technique et expression artistique, comme c'est le cas avec le tuning.

Ainsi, cette analyse met en lumière la nécessité de trouver un équilibre pour les particuliers : le propriétaire doit pouvoir jouir de son bien et exprimer, s'il le désire sa créativité à travers celui-ci, tandis que les titulaires de droits se voient toujours protéger leur design et leur identité commerciale.

De fait, dans ce cadre, le tuning pratiqué par les particuliers ne devrait pas être lourdement sanctionnable, tant qu'il demeure dans un contexte privé ou tout du moins non commercial et que les modifications réalisées ne sont pas constitutives de porter atteinte à l'image de la marque et de l'entreprise. En revanche, les professionnels du secteur, qui tirent un profit réel de ces modifications, par exemple via la revente de véhicules tunés ou la prestation de services payants, doivent être soumis à un encadrement strict et à des sanctions adaptées afin de préserver l'équité sur le marché

et le respect des obligations légales. Ils doivent aussi, en tant que professionnels, veiller à alerter les propriétaires de véhicule sur les dangers des possibles modifications ainsi que veiller à ce que les homologations et le respect du droit de l'assurance soient respectées.

Au-delà du tuning, cette réflexion ouvre des perspectives sur la conciliation entre liberté individuelle et propriété intellectuelle dans d'autres domaines où l'expression personnelle rencontre les créations protégées. On pourrait ainsi envisager le questionnement d'une customisation sur des vêtements ou sur des meubles. Ces derniers pouvant être protégés, au même titre que le tuning, par le droit d'auteur et le droit des dessins et modèles. Dans cette lignée, l'utilisateur final cherche à adapter ou modifier un produit à des fins personnelles, sans pour autant empiéter sur les droits économiques des titulaires de la création originale. Cette approche pourrait poser les bases d'un cadre juridique plus flexible et pragmatique, capable de stimuler la créativité tout en respectant les droits des auteurs et des entreprises.

## **Table des matières**

### Titre 1 - Les fondements juridiques de la propriété intellectuelle appliqués aux véhicules

#### Chapitre 1 - Les actifs immatériels comme protection phare de l'identité commerciale

##### Section 1 - Les droits clés du style automobile

###### I - L'évidence des dessins et modèles

###### II - Une complémentarité de protection par le droit d'auteur sur la création esthétique

##### Section 2 - La marque et le rôle de la propriété intellectuelle dans la protection de l'identité commerciale

###### I - La protection par la marque

###### II - Les limites de la protection et les dérogations aux droits exclusifs

#### Chapitre 2 - Droits de propriété intellectuelle : entre circulation et zone de dérogation

##### Section 1 - L'épuisement des droits : sur la piste de la revente

###### I - Un frein au monopole du titulaire de droit

###### II - Contrôle au virage : la vente d'occasion

##### Section 2 - Une clause de réparation mais sans dérapages

### Titre 2 - Les défis et restrictions du tuning face aux droits exclusifs

#### Chapitre 1 - Une balance entre droit de propriété et liberté de modification de son bien

##### Section 1- Le propriétaire face à son droit sur le bien

###### I - Droit de propriété du titulaire de droit versus le droit du propriétaire du véhicule

###### II - La distinction entre droit d'usage et atteinte à la protection juridique

##### Section 2 - La liberté de modification et de personnalisation

###### I - Les intérêts du consommateur et la customisation

###### II - La diffusion sur les réseaux sociaux d'un véhicule modifié

## Chapitre 2 - Des statuts différenciables et à différencier : particuliers et professionnels

### Section 1 - le tuning par les particuliers : enjeux et limites juridiques

I - De l'usage privé à l'exposition publique : quand la personnalisation devient une atteinte potentielle à la marque

II - Une limite à la contrefaçon : l'œuvre composite

### Section 2 - L'activité professionnelle dans la personnalisation automobile

I - Loyauté et non concurrence dans les rapports avec l'industrie automobile

II - Sécurité, information et conformité dans la relation avec les consommateurs

## Bibliographie

### I. Ouvrages :

#### **Manuels**

J-M. BRUGUIERE , M. VIVANT *Droit d'auteur et droit voisins*, Précis, 5è édition, Dalloz, 2025

L. GRYNBAUM , C. LE GOFFIC, L. PAILLER *Droit des activités numériques*, Précis, 2è édition, Dalloz, 2023

P. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins*, 6è édition, LexisNexis, 2020

D. COHEN, *Le Droit des Dessins et Modèles*, 5è édition LGDJ, 2019

J. AZÉMA, J.-C. GALLOUX, *Droit de la propriété industrielle*, Précis, 8è édition, Dalloz , 2017

#### **Mélanges**

J-C GALLOUX, “ L’histoire extravagante des pièces de rechange automobile en droit français” *in Mélanges en l’honneur de Michel Vivant*, LexisNexis Dalloz, 2020, p.169-187.

#### **Mémoire**

N. COUSIN Comment lever la protection des pièces détachées en droit de la propriété intellectuelle afin de garantir une libéralisation effective de ce marché ?, 2023

## II. Revues et répertoires:

### Revues et répertoires francophones

E. TREPPOZ, *“Quelques précisions sur les ambitions du paquet dessins ou modèles”*, Chronique Droit européen de la Propriété Intellectuelle, 2025, p.289

J.-C GALLOUX, *“Le paquet dessins et modèles”*, RTD com, 2025, p.57

N. BINCTIN, *“marque”*, Répertoire IP/IT et Communication, juin 2025

D. VOINOT, Répertoire de droit commercial Automobile, juil. 2025.

Y. BASIRE, *“La suppression de la marque d’autrui sur un produit : atteinte au droit ou non”*, Dalloz actualité, décembre 2024

C. LE GOFFIC, Y. BASIRE, *“Dessins et modèles”*, Répertoire IP/IT et Communication, juil. 2024.

F. CHOPIN, *“Cybercriminalité”*, Répertoire de droit pénal et de procédure pénale, mars 2024.

S. BERET, *“la clause de réparation : un espoir pour un marché plus durable”*, Durabilité et Droit, in ADDCDA, Presses de l’Université de Toulouse Capitole, 2024, p.171-178

R. KOVAR, J. LARRIEI, Y. BASIRE, *“marque”*, Répertoire IP/IT et Communication, février 2024

P. LE TOURNEAU, *Partie 0, Partie Introductive*, Dalloz actualité Droit de la responsabilité et des contrat, 2023/2024

S. DUSSELIER, *“l’encadrement des exceptions au Droit d’auteur par le test des trois étapes”*, RIDO, 2005, p.213-223

F. SIIRIAINEN, *“Droit d’auteur” Contra “Droit de la Concurrence” versus “Droit de la Régulation”*, revue international droit économique, 2001, p.443-446

### **III. Dictionnaires et Recuei de Grand Arrêts :**

J. PASSA, “*Épuisement des droits*”, Dictionnaire de droit de la concurrence, fév. 2023, article n°12247

M. VIVANT, *Les grands arrêts de la Propriété Intellectuelle*, déc. 2019

### **IV. Fiches d'orientation et fiches informatives**

Fiche d'orientation, *propriété*, Dalloz, Août 2024

Fiche d'orientation, *droit à l'image*, Dalloz, Mai 2024

Fiche informative INPI, *les conditions de protection*, 28 juil. 2015

Fiche informative Service public, *vandalisme*, 6 juin 2025

Fiche informative Service public, *véhicule modifié et certificat d'immatriculation*, 10 janv. 2025

Bilan annuel de la Douane 2024, Gouvernement français, 24 mars 2025

Statistiques gouvernementales, *développement durable et immatriculation des voitures particulières*, juil. 2025

### **V. Articles, Blogs et Publications en ligne :**

#### 1) Presse généraliste

Article chrono24 :

[https://www.chrono24.fr/magazine/liste-dattente-rolex-combien-de-temps-faut-il-attendre-pour-obtenir-une-nouvelle-rolex-p\\_161511/](https://www.chrono24.fr/magazine/liste-dattente-rolex-combien-de-temps-faut-il-attendre-pour-obtenir-une-nouvelle-rolex-p_161511/)

Article de Vogue France : <https://www.vogue.fr/article/conseils-achat-sac-hermes>

Article du média 20min, “*Qui a le droit de détruire une oeuvre d'art ?*”, 16 janv. 2008 : <https://www.20minutes.fr/culture/206663-20080116-droit-detruire-oeuvre-dart>

## 2) Blogs et Publications en ligne de professionnels du droit

C.HUGUEUT *“Le dessin et Modèle communautaire non enregistré : un droit à ne pas négliger dans les litiges”*, août 2016 :  
<https://www.village-justice.com/articles/dessin-modele-communautaire-non-enregistre-droit-pas-negliger-dans-les-litiges,22830.html>

S. RIGAUD, *“la représentation des animaux à titre de marque”*, CMS Francis Lefebvre, oct. 2018  
<https://cms.law/fr/fra/publication/la-representation-des-animaux-a-titre-de-marques>

F. GLAIZE *“Clause de réparation & modèles de pièces détachées de véhicules – BMW vs RS-IMPORT : les jantes et l’article 110 du Règlement 6/2002”*, blog le petit musée des marques et des dessins et modèles, 6 nov. 2022 :  
<http://pmdm.fr/wp/2021/08/une-clause-de-reparation-introduite-en-droit-francais/>

M. LAHLOUH, *“l’encadrement juridique de l’upcycling en droit français : entre économie circulaire et développement durable”*, Le Monde du droit, janv. 2025 :  
<https://www.lemondedudroit.fr/decryptages/96915-encadrement-juridique-upcycling-en-droit-francais-entre-economie-circulaire-et-developpement-durable.html>

V.FAUCHOUX, *“Hermès obtient gain de cause contre des pratiques d’upcycling illicites : une décision de référence du Tribunal judiciaire de Paris”*, 14 mai 2025 :  
<https://www.ddg.fr/actualite/hermes-obtient-gain-de-cause-contre-des-pratiques-dupcycling-illicites-une-decision-de-referance-du-tribunal-judiciaire-de-paris>

N. DREYFUS, *L’importance de défendre activement sa marque : comprendre la forclusion par tolérance*, Village Justice, 3 juin 2025 :  
<https://www.village-justice.com/articles/importance-defendre-activement-marque-comprendre-forclusion-par-tolerance,53554.html>

## 3) Autres publications en ligne

Les informations sur la reprogrammation moteur, motortech, 2025 :  
<https://motortech.fr/faq/qu-est-ce-que-la-reprogrammation-moteur>

Les informations sur la réglementation du tuning automobile au regard des assureurs, MMA, *réglementation du tuning automobile*, 29 octobre 2020 :  
<https://www.mma.fr/zeroblaba/tuning-auto-reglementation-france.html>

## **VI. Codes de référence :**

Code de la Propriété Intellectuelle

Code de la route

Code de la consommation

Code des assurances

## **VII. Table de jurisprudence :**

### **1) *Jurisprudence européenne***

#### **a. *CJUE* :**

CJUE, 28 oct. 2021, C-123/20, *Ferrari*

CJUE, 12 sept. 2019, C-683/17, *Cofemel – Sociedade de Vestuário contre G-STAR Raw CV*

*CJUE, 26 avril 2018, aff. n°C-129/17*

CJUE, 20 déc. 2017, affaires jointes C-397/16 et C-435/16, *Porsche et Audi*,

*CJUE 20 déc. 2017, aff. n°C-397/16 et aff. C-435/16.*

*CJUE, Google France et Google Inc., affaires jointes n°C-236/08 et C-238/08, 23 mars 2010.*

#### **b. *CJCE* :**

CJCE, 5 oct. 1988, C-238/87 et C-53/87, *affaires jointes Volvo et Renault*

CJCE, 22 juin 1999, *Lloyd C/ Klijsen* aff. C-342/97.

#### **c. *Tribunal de l'Union Européenne* :**

Tribunal de l'Union Européenne 6 juin 2019 n°T-192/18.

Tribunal de l'Union Européenne, n° 3015/12, 12 mars 2014

Tribunal de l'Union Européenne, 21 mai 2010.

## **2) Jurisprudence interne**

### **a. Conseil constitutionnel :**

DC 16 janv. 1982, n°81-132

### **b. Cour de cassation :**

Cass. crim., 11 juin 2025, n°23-83.474

Cass crim, 13 décembre 2011, n°10-80.623.

Cass. crim., 15 juin 2011, n°10-87.268

Cass. 1ère civ., 14 juin 2023, n°22-18.648

Cass. 1ère civ., 22 juin 2017, n° 14-20.310

Cass civ 2e 5 juin 2003.

Cass civ 1er, 2 mai 2001

Cass. 1ère civ., 10 mars 1999, n°96-18.699

### **c. Cour d'appel :**

Besançon, 1ère ch., 3 juin 2025, RG n°24/00349

Bordeaux, 1ère ch. Sect.A, 29 novembre 2016, RG n°14/04200

Paris, 16 nov. 2022, RG n°21/02753

Paris, 1er févr. 2002.

### **d. Juridictions de première instance :**

Tribunal judiciaire de Paris, 3e chambre, 1re section, 10 avril 2025, *Hermes vs R&C*, n° RG 22/10720.

Tribunal judiciaire de Lyon, ordonnance en référé, 17 mars 2025.

TGI Paris, 9 février 2006.

TGI Paris, 20 mars 2002.