



Université
de Lille

Master 2 Droit des affaires - parcours propriété industrielle
Dirigé par Madame le Professeur Caroline LE GOFFIC

Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales | Université de Lille
Année universitaire 2024 - 2025

Mémoire :

“Le droit de la propriété intellectuelle à l’épreuve de la fast fashion”

Rédigé et soutenu par Clémence CHATELET

Sous la direction de Madame Anaïs DEPINROY

Maître de conférences en Droit privé

Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer ma profonde gratitude à Madame Anaïs Depinoy qui a dirigé ce mémoire tout au long de ma dernière année universitaire. Sa bienveillance, ses conseils et sa disponibilité m'ont été d'une aide précieuse pour mener ce travail à son terme.

Également, mes remerciements vont à Madame Le Professeur Caroline LE GOFFIC, directrice du Master Propriété industrielle de l'Université de Lille, pour la qualité de cette formation durant ces deux dernières années, qui m'ont permis de découvrir ce domaine passionnant qu'est la propriété intellectuelle.

Je souhaite remercier par ailleurs toute l'équipe juridique IDKIDS et notamment Madame Clara BRACAVAL, qui m'a accompagnée, soutenue et conseillée durant cette année d'alternance.

Je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance à mes proches, famille et amis, pour leur soutien et leurs encouragements durant ce parcours universitaire, mais aussi pour leur présence durant l'élaboration de ce mémoire.

Enfin, je souhaite particulièrement remercier Patrick, pour ses conseils avisés et le temps qu'il m'a consacré depuis ma Licence de droit.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PARTIE 1 - Les limites de la propriété intellectuelle face à la fast fashion

Chapitre 1 - Les limites intrinsèques des droits de propriété intellectuelle dans le secteur de la mode

Section 1 - L'inadéquation substantielle des critères de protection

- I. Une appréciation subjective génératrice d'incertitudes juridiques
- II. Une logique inspirationnelle confrontée à des critères exigeants

Section 2 - L'inadéquation temporelle des mécanismes de protection

- I. Le rythme effréné des collections dans la mode contemporaine
- II. L'inadaptation des délais face au renouvellement rapide des collections

Chapitre 2 - L'exploitation des limites des droits de propriété intellectuelle par les entreprises de fast fashion

Section 1 - Une utilisation stratégique des zones d'incertitudes juridiques

- I. La frontière floue entre inspiration légitime et imitation prohibée
- II. Les stratégies d'imitation pratiquées par les entreprises de fast fashion

Section 2 - Les insuffisances du cadre répressif face aux pratiques de la fast fashion

- I. Le manque d'harmonisation des droits de propriété intellectuelle
- II. Le recours privilégié à la concurrence déloyale et au parasitisme

PARTIE 2 - Vers une régulation de la fast fashion par la propriété intellectuelle

Chapitre 1 - La nécessité d'un aménagement du cadre juridique actuel

Section 1 - L'évolution du cadre législatif à l'ère de la fast fashion

- I. La modernisation des procédures d'obtention des droits exclusifs
- II. Le renforcement de la lutte anti-contrefaçon dans le commerce en ligne

Section 2 - Une adaptation jurisprudentielle aux enjeux contemporains de la fast fashion

- I. L'appréciation de l'originalité par les juges
- II. Le parasitisme, une alternative en l'absence de droits exclusifs

Chapitre 2 - L'apport des dispositifs extra-juridiques dans la protection des créations de mode

Section 1 - L'innovation technologique comme levier de protection supplémentaire

- I. L'intelligence artificielle au service de la détection de la contrefaçon en ligne
- II. La blockchain, un outil efficace dans la protection des droits exclusifs

Section 2 - La mode circulaire en faveur de la protection des créations de mode

- I. La mode éthique et durable face à la fast fashion
- II. Les enjeux de la mode circulaire sur la propriété intellectuelle

CONCLUSION

TABLE DES ABRÉVIATIONS

ADEME : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

ADPIC : accord sur les Aspects des droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce

CJUE : Cour de justice de l'Union européenne

CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

CPI : Code de la propriété intellectuelle

DGCCRF : Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

DSA : Digital Service Act

DMCNE : Dessins et modèles communautaires non enregistrés

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

FEVAD : Fédération du e-commerce et de la vente à distance

Ibid. : Ibidem

INPI : Institut National de la Propriété Industrielle

OMC : Organisation mondiale du commerce

OMPI : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

Op.cit. : Opere citato

RGPD : Règlement général de protection des données

TJ : Tribunal judiciaire

UE : Union européenne

IA : Intelligence artificielle

INTRODUCTION

« Dans la Condition de l'homme moderne, Hannah Arendt soulignait avec une lucidité implacable les dérives d'un monde livré aux automatismes technologiques : "Ce que nous faisons aujourd'hui avec l'aide des machines, c'est remplacer l'œuvre durable par la consommation instantanée". Cette mise en garde éclaire les dérives de notre modèle textile contemporain, où la vitesse a remplacé le sens et l'abondance, la valeur »¹.

C'est ainsi que Sylvie Valente Le Hir, sénatrice et rapporteure de la commission de l'aménagement du territoire et du développement durable, a ouvert les débats le 2 juin 2025 au Palais du Luxembourg lors de l'examen de la proposition de loi visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile (dite loi « anti fast-fashion »).

D'abord adopté à l'unanimité par l'Assemblée nationale en mars 2024, ce texte a fait naître des débats d'une grande complexité. Initialement, il imposait aux enseignes de fast-fashion (ou "mode rapide") des restrictions importantes afin de prévenir les atteintes environnementales, sociales et économiques de l'industrie textile. Les sénateurs ont toutefois limité cette loi aux enseignes dites d' « ultra fast fashion », pour épargner certaines entreprises françaises et européennes des futures contraintes qu'elle impose.

Ces débats parlementaires prolongés témoignent non seulement du poids considérable qu'occupe aujourd'hui la fast-fashion dans notre société, mais également des enjeux majeurs qu'elle soulève.

En effet, les conséquences environnementales de l'industrie de la fast fashion sont colossales. Selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), plus de 100 milliards de vêtements sont vendus chaque année dans le monde, ce qui représente plus de 4 milliards de tonnes de CO2 par an. Le ministère de la Transition écologique a souligné que l'industrie du textile est devenue « l'une des plus polluantes au monde avec l'essor de la fast fashion au début des années 2000 » et qu'elle génère « plus de gaz à effet de serre que les vols internationaux et le trafic maritime réunis, et consomme

¹ VALENTE LE HIR (S.), *Examen de la proposition de loi visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile*, Compte rendu intégral des débats, Sénat, 2 juin 2025.

4 % de l'eau potable du monde »². Comme l'a souligné Sylvie Valente Le Hir, ces effets écologiques s'accompagnent de graves distorsions économiques. Elles échappent aussi aux règles sociales ainsi qu'aux obligations environnementales. Pour finir, elles pratiquent des prix extrêmement bas, qui rendent la concurrence impossible pour les entreprises européennes.

Au-delà des problématiques environnementales, sociales et économiques abordées durant l'examen de cette proposition de loi, il convient d'indiquer que l'industrie de la fast fashion pose aussi des défis juridiques importants, notamment en matière de propriété intellectuelle.

Tout d'abord, la fast fashion est définie comme « une pratique commerciale propre au secteur du textile et de l'habillement, qui consiste à renouveler très rapidement les collections en proposant un grand nombre de nouveaux modèles de vêtements ou d'accessoires sur une période de temps déterminée »³. La fast fashion se distingue ainsi de la mode traditionnelle, qui ne propose que des collections saisonnières.

Cette pratique commerciale, développée au début années 2000 par des enseignes telles que ZARA et H&M, a atteint son paroxysme depuis l'émergence d'un phénomène plus récent : celui de l'« ultra fast fashion », utilisé principalement par des plateformes e-commerce comme SHEIN ou TEMU. L'ultra fast fashion pousse cette logique à l'extrême, avec un mode de production encore plus rapide et à des prix toujours plus dérisoires.

En effet, d'après une étude récente menée par l'Agence France Presse (AFP) du 22 mai au 5 juin 2025, il ressort que l'enseigne SHEIN a mis en ligne près de 7 220 nouvelles références par jour. De son côté, H&M proposait un peu plus de 300 nouvelles références quotidiennes⁴. Ces chiffres révèlent l'ampleur de ce qu'est aujourd'hui l'industrie de la fast fashion, et attestent d'un mode de production et de commercialisation particulièrement démesuré.

² Ministère de la Transition écologique, « REP textiles : l'exécutif dévoile la nouvelle feuille de route de la filière "pour une mode plus durable" », communiqué, 25 nov. 2022, *Energie - Environnement - Infrastructures* n°1, LexisNexis, janv. 2023, alerte 12.

³ *Proposition de loi n°2129 visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile*, art. 1er, Assemblée nationale.

⁴ Agence France Presse, « L'ultra fast-fashion et sa déferlante de tenues », *La Gazette France*, 9 juin 2025, dernière consultation le 27 juillet 2025, disponible sur <https://www.lagazettefrance.fr/article/l-ultra-fast-fashion-et-sa-deferlante-de-tenues>.

Pour assurer leur succès, les enseignes de fast fashion et d'ultra fast fashion ont recours à des techniques marketings spécifiques : prix bas, livraisons gratuites et promotions perpétuelles. L'objectif est de susciter l'envie et le sentiment d'urgence chez le consommateur pour, ensuite, déclencher un achat de manière compulsive. Une part importante de leur stratégie repose également sur l'investissement en matière de publicité et de partenariats, notamment depuis l'essor de l'influence sur les réseaux sociaux, ce qui contribue à leur popularité.

Également, afin de ne pas ternir leur image sur les conséquences environnementales et sociales qu'elles engendrent, ces enseignes ont recours à des pratiques de *greenwashing*. Cette méthode consiste à communiquer auprès des consommateurs des arguments écologiques trompeurs, pour améliorer leur image. Conformément à l'article L.121-2 du Code de la consommation, le *greenwashing* est considéré comme une pratique commerciale trompeuse, qui est sanctionnée.

Pourquoi la fast fashion bénéficie d'une telle popularité ?

La fast fashion a permis de rendre la mode accessible au plus grand nombre, notamment par la multiplication des collections, basées sur un principe d'imitation de modèles préexistants, à des prix particulièrement attractifs.

Or, cette industrie, basée sur le volume et la rapidité, semble également avoir développé une véritable « culture de la copie »⁵, faisant de l'imitation presque systématique des créations de mode le cœur même de son modèle économique. La fast fashion représente alors aujourd'hui un défi majeur pour le droit de la propriété intellectuelle.

La multiplication des collections, inspirées de modèles préexistants, interroge dès lors l'efficacité de ce droit face à ces pratiques, qui sont rarement sanctionnées au titre de la contrefaçon. En effet, il peut sembler délicat de différencier la simple inspiration de la

⁵ MALAURIE-VIGNAL (M.), « Concurrence déloyale et parasitisme dans le secteur de la mode - Des concepts juridiques au service de l'économie de la mode », *Contrats, concurrence, consommation*, n°1, LexisNexis, janv. 2023, étude 1.

contrefaçon, dans un contexte où les tendances se renouvellent de manière quasi-systématique.

Conçu pour protéger les créations et favoriser l'innovation, le droit de la propriété intellectuelle se retrouve aujourd'hui confronté à de nouvelles stratégies commerciales, basées sur l'imitation rapide et massive des tendances existantes, auxquelles il n'est pas adapté.

Par définition, « les droits de propriété intellectuelle sont des droits exclusifs portant sur des choses incorporelles résultant d'un effort créatif »⁶. Ces droits exclusifs ont pour objectif de protéger les créations de l'esprit, et confèrent un monopole d'exploitation aux titulaires de ces créations, durant une période déterminée.

Les droits de propriété intellectuelle se répartissent en deux branches : la propriété littéraire et artistique qui protège les œuvres originales par le biais du droit d'auteur et des droits voisins, et la propriété industrielle, qui regroupe les brevets, les marques, les dessins et modèles, indications géographiques et obtentions végétales.

Dans le secteur de la mode, ce sont essentiellement les droits d'auteur, les dessins et modèles et les marques qui sont mobilisés pour protéger les créations.

Premièrement, le droit d'auteur protège les œuvres littéraires et artistiques dites "originales" et confère à leurs auteurs des droits exclusifs d'exploitation sur celles-ci pendant une durée déterminée. Les dessins et modèles, quant à eux, protègent l'apparence d'un produit (ou une partie de celui-ci), sous réserve qu'ils soient nouveaux et disposent d'un caractère propre. Enfin, l'enregistrement d'une marque confère à son titulaire un droit exclusif sur celle-ci, pour les produits et services qu'il a désignés, à condition qu'elle soit distinctive, licite, non déceptive et disponible. Ils peuvent être déposés auprès d'un office national, européen ou international, à l'exception du droit d'auteur, qui s'acquiert automatiquement dès que l'œuvre est matérialisée.

Si chacun de ces outils juridiques dispose de conditions spécifiques de protection, ils présentent également des limites, que la fast fashion semble aujourd'hui exploiter.

⁶ BASIRE (Y.), LE GOFFIC (C.), *L'essentiel du droit de la propriété intellectuelle*, Gualino, Les Carrés, 3e éd., p.15.

La mode est un secteur difficile à appréhender. Étudier les relations entre la mode et le droit l'est davantage. En effet, la mode est « le reflet d'une époque, d'une période, d'un état d'esprit, d'un pays, d'une culture, d'une tradition. Elle n'est fondamentalement pas faite pour durer, elle est définie dans le temps et dans l'espace »⁷.

Le droit, s'il sait s'adapter aux évolutions sociétales et technologiques, repose plutôt sur des principes stables, qui assurent une sécurité juridique. De plus, comme l'indique Marie Malaurie-Vignal, « le temps de la mode n'est pas le temps du droit »⁸. La mode se renouvelle rapidement, tandis que le droit progresse lentement, en fonction des avancées jurisprudentielles et législatives. Ainsi, le croisement entre ces deux domaines, l'un éphémère et l'autre durable, rend leur articulation particulièrement complexe.

L'industrie de la fast fashion est venue accentuer ce déséquilibre. En accélérant considérablement le rythme de production et de commercialisation des vêtements et accessoires, elle a mis en lumière l'incapacité du droit à réagir avec la même rapidité ; ce qui lui a permis de tirer avantage de ce déséquilibre.

Également, la dimension internationale de la mode, et notamment de l'industrie de la fast fashion pose aussi des problématiques majeurs, étant donné que les régimes juridiques en la matière ne sont pas harmonisés à l'échelle mondiale. Ce manque d'harmonisation accentue ce déséquilibre : ce qui constitue une atteinte à un droit de propriété intellectuelle sur un territoire, peut ne pas l'être sur un autre, et les sanctions qui en découlent seront plus ou moins sévères selon le territoire concerné.

Ainsi, un véritable décalage s'est créé entre le modèle économique de la fast fashion et le respect des droits de propriété intellectuelle, qui peinent désormais à assurer une protection efficace aux créations de mode.

⁷ DENIAU (G.), « L'histoire de la mode, de l'industrie textile jusqu'à l'arrivée de la fast fashion », 26 avril 2021, dernière consultation le 21 août 2025, disponible sur <https://www.label-chaussette.com/blogs/news/lhistoire-de-la-mode-de-lindustrie-textile-jusqua-larrivee-de-la-fast-fashion?>

⁸ MALAURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI* oct. 2019, LexisNexis, étude 20.

En effet, les entreprises de fast fashion parviennent aujourd'hui à exploiter les limites du droit de la propriété intellectuelle pour échapper aux sanctions. Cette dynamique contribue à flouter les frontières juridiques entre inspiration licite et imitation prohibée, générant une zone grise juridique complexe. Le droit de la propriété intellectuelle se trouve aujourd'hui éprouvé et confronté à l'industrie de la fast fashion.

Ce sujet mérite d'être étudié de manière approfondie. Si la fast fashion est, à ce jour, au cœur des débats politiques en raison de ses conséquences environnementales, politiques et sociales, son interdépendance avec le droit de la propriété intellectuelle semble encore peu discutée.

Cette étude tentera d'apporter une approche différente des enjeux qu'elle suscite, en se concentrant cette fois sur ses impacts en matière juridique. En effet, cette situation soulève des interrogations fondamentales sur la protection des créations de mode : d'un côté, les titulaires de droit bénéficient, en théorie, d'un cadre juridique protecteur, et de l'autre, ils constatent, de manière quotidienne, une certaine inefficacité de ce cadre juridique face au modèle économique de l'industrie de la fast fashion.

Cette contradiction révèle alors un décalage entre les fondements théoriques du droit de la propriété intellectuelle et sa mise en œuvre pratique, dans un secteur en perpétuelle évolution. La fast fashion repousse les codes classiques du secteur de la mode, puisque l'intérêt n'est désormais plus la recherche de créativité, la revendication d'une identité unique ou encore d'une image de marque, mais plutôt la rentabilité et la rapidité, toujours au plus près de la demande du consommateur.

Dès lors, face aux limites que révèle la fast fashion sur le droit de la propriété intellectuelle, on peut légitimement se demander comment ce droit peut-il évoluer pour pallier ce modèle économique ?

Si les droits de propriété intellectuelle sont des outils indispensables pour assurer la protection des créations de l'esprit, ils trouvent toutefois leurs limites dans la protection des créations de mode, qui sont aujourd'hui la cible des entreprises de fast fashion. Il convient alors d'analyser ces limites (**partie 1**), pour ensuite évoquer les différentes pistes

d'adaptation qui s'offrent au droit de la propriété intellectuelle pour limiter les dérives de ce modèle économique (**partie 2**).

PARTIE 1 - Les limites de la propriété intellectuelle face à la fast fashion

Les droits de propriété intellectuelle sont essentiels pour assurer la protection des créations, encourager la créativité et favoriser l'innovation. Ils trouvent toutefois leurs limites dans le secteur de la mode (**chapitre 1**). Ces limites se sont accentuées depuis l'essor de la fast fashion, dont le modèle économique est dicté par l'imitation, la vitesse et la production de masse.

Cette fragilité juridique préexistante dans le secteur de la mode offre aux entreprises de fast fashion la possibilité d'exploiter stratégiquement et de manière opportuniste les faiblesses du droit de la propriété intellectuelle pour en tirer profit (**chapitre 2**), ce qui n'est pas sans conséquences pour les créateurs de mode, victimes d'atteintes répétées à leurs droits et souvent sans réelles répercussions juridiques.

Chapitre 1 - Les limites intrinsèques des droits de propriété intellectuelle dans le secteur de la mode

Le modèle économique de la fast fashion met en évidence les faiblesses des droits de propriété intellectuelle dans la protection des créations de mode. Ces lacunes se manifestent tant par l'inadéquation substantielle des critères de protection, qui peinent à s'adapter aux spécificités de l'industrie textile (**section 1**), que par l'inadéquation temporelle des mécanismes de protection⁹, qui s'avèrent incompatibles avec la rapidité des cycles de production de ce secteur (**section 2**).

Section 1 - L'inadéquation substantielle des critères de protection

Le lien entre la mode et le droit peut sembler surprenant. En effet, « le droit est supposé être austère, la mode frivole ; là où le droit prétend à la stabilité, la mode est en permanent renouvellement »¹⁰. Pourtant, ces deux domaines se rejoignent inévitablement lorsqu'il s'agit d'assurer une sécurité juridique aux créateurs de mode, notamment par le biais des droits de propriété intellectuelle.

Pour contribuer à la reconnaissance et à la défense des créations de mode, la propriété intellectuelle est mise à contribution sous diverses formes. Tout d'abord, les droits d'auteur peuvent s'appliquer dès lors qu'une œuvre est formalisée, et qu'elle dispose d'un caractère original. Le droit des dessins et modèles, quant à lui, est un outil tout aussi efficace et permet de protéger l'apparence d'un produit (ou d'une partie de celui-ci)¹¹.

Ces outils sont, en théorie, dotés d'une efficacité optimale. Toutefois, en pratique, cette efficacité est confrontée à plusieurs limites qui viennent révéler l'inadéquation des critères de protection régis par le Code de la propriété intellectuelle (CPI).

⁹ Les *critères* de protection désignent les conditions à remplir pour bénéficier d'un droit de propriété intellectuelle, tandis que les *mécanismes* de protection se rapportent aux modalités d'acquisition et de mise en œuvre de ce droit.

¹⁰ DANET (A.), ALMEIDA KATO (M.), BADRAN (S.), DERAEDT (C.), *Mode et droit*, Droit et Science Politique, Mare & Martin, 2024, 166 p.

¹¹ Dans ce premier chapitre, ne seront évoqués que le droit d'auteur et le droit des dessins et modèles ; le droit des marques ne protégeant pas l'apparence d'une création mais un signe distinctif apposé sur celle-ci.

En effet, ces critères de protection s'apprécient systématiquement de manière subjective, ce qui génère une insécurité juridique pour les créateurs de mode (I). Cette subjectivité s'accompagne néanmoins d'une exigence importante quant à l'appréciation des critères de protection, qui vient alors se confronter à la logique inspirationnelle de l'industrie textile (II).

I. Une appréciation subjective génératrice d'incertitudes juridiques

La subjectivité s'apprécie comme la « qualité (inconsciente ou intérieure) de ce qui appartient seulement au sujet pensant »¹². En d'autres termes, cette notion renvoie à un avis personnel qui diffère selon les perceptions et les sensibilités de chacun.

Cette subjectivité se manifeste dans l'appréciation des critères de protection des droits de propriété intellectuelle, ce qui rend leur application délicate lorsqu'il convient, pour les juges, d'évaluer des notions juridiquement floues et qui laissent une marge d'interprétation importante. Cette subjectivité se retrouve notamment en droit d'auteur, où la protection d'une œuvre dépend de l'évaluation de son originalité.

Le droit d'auteur est régi par le livre Ier du CPI, dont l'article L.111-1 dispose que : « L'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous ». La protection par le droit d'auteur s'applique ainsi aux œuvres de l'esprit ; cette notion étant elle-même empreinte de subjectivité.

Il convient alors de se demander si l'on peut considérer les créations de mode comme des œuvres de l'esprit au sens du droit d'auteur ? L'article L.112-2 14° du CPI répond positivement, en indiquant que : « Sont considérées notamment comme des œuvres au sens du présent code les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure ».

Il n'y a donc, *a priori*, aucun doute sur l'éligibilité des créations de mode à bénéficier de la protection du droit d'auteur, sous réserve qu'elles satisfassent à la condition d'originalité :

¹² Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales, définition du terme « *subjectivité* », dernière consultation le 7 août 2025, disponible sur <https://www.cnrtl.fr/definition/subjectivite>.

« Si les oeuvres de l'esprit sont protégées quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, c'est à la condition qu'elles soient originales »¹³.

Or, cette condition d'originalité n'est pas définie par les textes, ce qui impose aux juges d'en préciser les contours. Traditionnellement, la jurisprudence indique qu'elle est « l'empreinte de la personnalité de l'auteur ». La Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) est toutefois venue clarifier cette notion dans plusieurs grands arrêts de principe, en évoquant premièrement les choix « libres et créatifs »¹⁴, mais également en indiquant qu'une oeuvre est originale en ce sens qu'elle est une « création intellectuelle propre à son auteur »¹⁵.

Ces précisions restent toutefois dénuées d'objectivité, ce qui ne simplifie pas leur mise en oeuvre concrète, et rend incertaine l'application de cette condition aux créations de mode, qui est un secteur en constante évolution et dicté par la tendance actuelle.

Selon Anne-Emmanuel Kahn, ces difficultés subsistent en la matière notamment en raison « de l'existence de nombreuses antériorités et de la plus grande exigence des juridictions nationales mais aussi européennes quant à l'application des critères de protection »¹⁶.

En effet, les juges adoptent une approche plus rigoureuse dans l'appréciation de cette condition lorsqu'il s'agit d'oeuvres d'art appliqué.

Conformément à l'article L.112-2 14° du CPI, les créations de modes sont des oeuvres de l'esprit, mais relèvent plus particulièrement de la catégorie des oeuvres dites "d'art appliqué". Il s'agit d'oeuvres qui ont une finalité industrielle ou commerciale, et qui ont le plus souvent une nature utilitaire. Le Guide de la Convention de Berne, en son article 17 2.6.i) dispose que « la Convention emploie cette formule générale pour couvrir les contributions d'ordre artistique qui sont apportées par les auteurs de dessins ou modèles dans la bijouterie, la joaillerie, l'orfèvrerie, l'ameublement, les papiers peints, les ornements, l'habillement, etc. »¹⁷.

¹³ Cass. 1re civ., 6 mars 1979, n°76-15.367.

¹⁴ CJUE (3e ch.), 1er déc. 2011, aff. C-145/10, Painer c. Standard VerlagsGmbH et autres.

¹⁵ CJCE (4e ch.), 16 juillet 2009, aff. C-5/08, Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening.

¹⁶ KAHN (A.E), « Un an de droit de la mode », *PI* avril 2025, n°4, Chron. 2.

¹⁷ Guide de la Convention de Berne pour la protection des oeuvres littéraires et artistiques, art. 17 2.6.i).

L'arrêt Cofemel rendu par la CJUE en 2019 est venu réaffirmer que les œuvres d'art appliqué pouvaient bénéficier de la protection du droit d'auteur, dès lors qu'elles sont originales. Cependant, de par cette nature utilitaire, les œuvres d'art appliqué - et particulièrement les créations de mode - peuvent être jugées banales et exemptes d'originalité.

À titre d'exemple, la Cour d'appel de Paris, dans un arrêt du 12 janvier 2024, a refusé d'octroyer la protection du droit d'auteur à un tee-shirt sur lequel était apposé le slogan « *Arms are for hugs* », en constatant la banalité de ce produit et aux motifs qu'il s'inscrivait dans la tendance actuelle. La société créatrice a toutefois tenté de revendiquer un apport personnel, tant par la combinaison des couleurs et de la forme du tee-shirt, que par l'agencement des termes du slogan, tout en essayant de prouver l'antériorité de son modèle face à la société défenderesse. Selon la Cour d'appel, ce slogan et la combinaison de ces différents éléments ne témoignaient pas de « choix libres et créatifs relevant de la personnalité de leur auteur, l'absence d'antériorité de toute pièce reprenant cette combinaison étant à cet égard indifférente »¹⁸.

Les œuvres d'art appliqué, en revanche, peuvent bénéficier d'un cumul de protection avec le droit des dessins et modèles ; ce cumul n'étant possible « que si les conditions de protection propres à ces deux droits sont satisfaites »¹⁹.

Selon l'article L.511-2 du CPI, « seul peut être protégé le dessin ou modèle qui est nouveau et présente un caractère propre ». Si le critère de nouveauté paraît plus objectif - bien qu'il soit parfois source de confusion avec le critère d'originalité - l'appréciation du « caractère propre » fait naître une nouvelle dimension subjective.

En effet, un dessin ou modèle a un caractère propre lorsque « l'impression visuelle d'ensemble qu'il suscite chez l'observateur averti diffère de celle produite par tout dessin ou modèle divulgué avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement ou avant la date de priorité revendiquée »²⁰.

¹⁸ *Op. cit.*, KAHN (A.E), « Un an de droit de la mode », *PI* avril 2025, LexisNexis, n°4, Chron. 2.

¹⁹ BERNAULT (C.), « Droit d'auteur et droit des dessins et modèles, nouvelles condamnation du cumul total ou de plein droit », *LEPI* juin 2017, Lextenso, n°6, p.4.

²⁰ CPI, art L.511-4.

Or, cette « impression visuelle d'ensemble » donne lieu à des appréciations divergentes de la part des utilisateurs avertis. Leur jugement dépendra en effet de leur sensibilité personnelle et de leur perception de l'esthétique. Également, la notion d' « utilisateur averti » a dû être précisée par la jurisprudence. Selon la CJUE, « la notion d'utilisateur averti peut s'entendre comme désignant un utilisateur doté non d'une attention moyenne, mais d'une vigilance particulière, que ce soit en raison de son expérience personnelle ou de sa connaissance étendue du secteur considéré »²¹.

Par conséquent, qu'il s'agisse de l'originalité en droit d'auteur ou du caractère propre en droit des dessins et modèles, les œuvres d'art appliqué et, plus précisément, les créations de mode, restent soumises à une appréciation largement subjective. Ainsi, bien que ce cumul offre une protection plus importante, il reste néanmoins difficile, en pratique, d'en bénéficier pleinement et de s'assurer de la protection de ces créations, ce qui est source d'insécurité juridique pour les créateurs de mode.

Si ces critères sont entachés de subjectivité dans leur appréciation, ils n'en sont pas moins rigides dans leur conception. Cette contradiction prend tout son sens dans un secteur comme celui de la mode, pour lequel l'application de critères juridiques stricts n'est pas toujours adaptée à la logique inspirationnelle qui découle de l'industrie textile.

II. Une logique inspirationnelle confrontée à des critères exigeants

« Dans le monde de la mode, il n'existe pas de créations *ex nihilo* : à chaque saison correspond une tendance. Certains l'impulsent, d'autres la suivent. Certains s'en inspirent, d'autres la copient »²².

Cette citation vient illustrer les tensions existantes entre, d'une part, la dynamique créative et tendancielle du secteur textile, et d'autre part, les exigences strictes du droit de la propriété intellectuelle.

²¹ CJUE (4e ch.), 20 oct. 2011, aff. n°C-281/10 P, PepsiCo Inc. c/ Grupo Promer Mon Graphic SA et OHMI.

²² ABRIAT (S.), « Faut-il légaliser la copie dans la mode ? », 1er janv. 2014, dernière consultation le 9 août 2025, disponible sur <https://accélérateurcitoyen.wordpress.com>.

En effet, comme le souligne Marie Malaurie-Vignal, « la mode est par essence ce qui s’imite, se copie et se décline en tendance »²³. Le cycle de vie d’un vêtement est très court, parfois limité à une saison, voire à quelques semaines ou jours depuis l’émergence de la fast fashion. Par conséquent, de nombreuses antériorités existent sur le marché du textile, ce qui rend difficilement applicables les critères de protection des droits de propriété intellectuelle, tels que l’originalité ou encore la nouveauté.

Les juges considèrent toutefois que l’antériorité dans le domaine du droit d’auteur est indifférente. D’ailleurs, la Cour d’appel de Paris l’a récemment rappelé dans son arrêt du 7 juin 2024, en indiquant que « la notion d’antériorité est indifférente en droit d’auteur, celui qui se prévaut de cette protection devant justifier de ce que l’oeuvre revendiquée présente une physionomie propre traduisant un parti pris esthétique et reflétant l’empreinte de la personnalité de son auteur »²⁴.

Pourtant, dans la pratique, on constate que pour apprécier l’originalité, « le juge procède toujours à un examen attentif et minutieux des antériorités qui lui sont proposées »²⁵. Le Tribunal judiciaire de Paris, dans une décision du 3 décembre 2024, a souligné que « si la notion d’antériorité est indifférente en droit d’auteur, la production de ces pièces par la défenderesse, qui conteste l’originalité alléguée, peut néanmoins contribuer à l’appréciation d’un effort créatif »²⁶.

Cette contradiction qui s’opère entre la théorie et la pratique révèle l’inadéquation fondamentale entre les outils juridiques et la réalité créative et inspirationnelle du secteur de la mode.

Les entreprises sont donc en « tension permanente entre la nécessité d’un renouvellement, d’une innovation, et la nécessité d’être dans la tendance du moment et donc ne pas trop se distinguer des autres »²⁷.

²³ MALAURIE-VIGNAL (M.), « La copie d’un article de mode peut-elle devenir licite ? Réflexion sur les liens entre innovation et droits de propriété intellectuelle », *PI* août 2017, LexisNexis, n°7, étude 19.

²⁴ CA Paris, pôle 5, ch. 2, 7 juin 2024, n°23/08934.

²⁵ GREFFE (P.), « Un an de jurisprudence en droit des dessins et modèles », *PI* juill. 2025, LexisNexis, n°7-8, p.37.

²⁶ TJ Paris, 3e ch., 3e sect., 4 déc. 2024, n°21/14778.

²⁷ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), « La copie d’un article de mode peut-elle devenir licite ? Réflexion sur les liens entre innovation et droits de propriété intellectuelle », *PI* août 2017, LexisNexis, n°7, étude 19.

Néanmoins, cette logique inspirationnelle inhérente au secteur de l'industrie textile ne signifie pas que les créateurs de mode souhaitent renoncer à toute forme de protection. Cela les place toutefois dans une position plutôt délicate, puisqu'un choix s'opère entre la volonté d'innover suffisamment pour espérer bénéficier de la protection du droit d'auteur et du droit des dessins et modèles, et en parallèle, rester proche de la tendance du moment, pour s'assurer de répondre aux attentes du marché et des consommateurs.

Pour rappel, pour bénéficier de la protection du droit d'auteur, l'œuvre de l'esprit se doit d'être originale. Pour cela, l'auteur doit exprimer « sa capacité créative de manière originale en effectuant des choix libres et créatifs »²⁸. Cette exigence s'avère donc difficile à démontrer dans l'univers de la mode, qui est dictée par la tendance collective. De plus, les juges adoptent une appréciation très rigoureuse de ce critère de protection, notamment pour les œuvres d'art appliqué qui sont dictées par leur caractère utilitaire.

Les droits des dessins et modèles posent également des problématiques importantes dans le secteur du textile. Indépendamment du fait que les créateurs de mode déposent rarement des dessins et modèles, que ce soit en France ou dans l'Union européenne (UE), en raison de la durée des procédures mais aussi des coûts que représentent les formalités de dépôt et d'enregistrement²⁹, les critères de protection - nouveauté et caractère propre - peinent aussi à s'accorder avec la logique d'inspiration et d'imitation du secteur de la mode.

En effet, pour qu'un créateur de mode puisse prétendre déposer un dessin et modèle, il doit d'abord s'assurer qu'aucun dessin ou modèle identique n'a été déposé antérieurement. De plus, il doit s'assurer qu'aucune impression visuelle d'ensemble ne soit similaire à un dépôt antérieur, ce qui s'avère difficile dans un secteur comme celui de la mode.

La jurisprudence française et européenne considère tout de même que si les créations de mode s'appuient sur l'art antérieur pour le revisiter, sous forme d'interprétation, d'adaptation ou de « mixing », la contrefaçon de dessins et modèles ne sera pas constituée. Marie Malaurie-Vignal indique alors que « un dessin ou modèle, enregistré ou non, ne sera

²⁸ CJUE (3e ch.), 1er mars 2012, aff. n° C-604-10, Football Dataco Ltd et autres / Yahoo! Uk Ltd et autres, consid. 38.

²⁹ *cf. infra*. p.23.

pas jugé contrefaisant, même s'il s'inscrit dans une tendance de mode, dès lors qu'il produit une impression visuelle différente pour un observateur averti »³⁰.

Par conséquent, ces critères de protection sont dotés d'une exigence particulière, qui semble déconnectée des réalités créatives du secteur de la mode. S'il ne faut sans doute pas renoncer à toute protection, il est certainement préférable de repenser les outils juridiques pour qu'ils soient plus adaptés à la réalité³¹.

En pratique, pour faire face à la rigidité et à la subjectivité de ces critères de protection et espérer obtenir réparation de leur préjudice, les entreprises agissent régulièrement sur le terrain de la concurrence déloyale et du parasitisme.

Selon la Convention d'Union de Paris, « constitue un acte de concurrence déloyale tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle et commercial »³². Conformément à l'article 10, doivent notamment être interdits « tous faits quelconques de nature à créer une confusion par n'importe quel moyen avec les produits ou l'activité commerciale des concurrents ».

Cependant, selon Pierre Greffe, l'action en concurrence déloyale ne doit pas être une « action de repli de l'action en contrefaçon »³³, bien qu'elle puisse être invoquée à titre subsidiaire.

En effet, la jurisprudence rappelle régulièrement que « l'action en concurrence déloyale n'est pas un succédané de l'action en contrefaçon et exige la preuve d'une faute relevant de faits distincts de ceux allégués au titre de la contrefaçon »³⁴.

Le parasitisme, quant à lui, se définit comme « l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire »³⁵. Si l'action en parasitisme permet

³⁰ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), « La copie d'un article de mode peut-elle devenir licite ? Réflexion sur les liens entre innovation et droits de propriété intellectuelle », *PI* août 2017, LexisNexis, n°7, étude 19.

³¹ *cf. infra*, p.42.

³² Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, 20 mars 1883, art 10.

³³ GREFFE (P.), « Concurrence déloyale et concurrence parasitaire », *J-CL, Marques-Dessins et modèles*, fasc. 3495, 2022.

³⁴ Cass. com., 18 sept. 2019, n° 17-23.253.

³⁵ Cass. com., 26 janv. 1999, n°96-22.457.

également d'obtenir réparation d'un préjudice, le cumul avec l'action en contrefaçon peut être prohibée à partir du moment où ces deux actions visent le même fait délictueux, ce qui limite considérablement la portée de cette action complémentaire.

En définitive, la logique inspirationnelle caractérisée par le secteur de la mode se heurte aux critères subjectifs et rigoureux du Code de la propriété intellectuelle. Les créateurs sont ainsi contraints d'agir à titre subsidiaire sur le fondement de la concurrence déloyale et/ou du parasitisme pour assurer la protection de leurs créations, qui initialement, peuvent bénéficier de la protection des régimes juridiques de propriété intellectuelle.

Cette inadéquation substantielle des critères de protection s'accompagne d'une inadéquation temporelle des mécanismes de protection, qui semblent inappropriés au renouvellement rapide des tendances et des collections dans le secteur de la mode.

Section 2 - L'inadéquation temporelle des mécanismes de protection

La mode contemporaine se caractérise par un rythme de renouvellement des collections qui s'est accéléré, particulièrement depuis l'émergence de la fast fashion et par l'influence des réseaux sociaux, qui imposent désormais aux créateurs de suivre une cadence soutenue pour s'adapter au caractère éphémère des tendances (I).

Cette rapidité met en évidence les limites des mécanismes de protection existants, qui sont conçus pour des cycles plus courts. Ainsi, les délais relatifs aux procédures de dépôts et aux procédures contentieuses se trouvent inadaptés face à ce renouvellement rapide des collections (II), ce qui ne permet pas une protection efficace des créations de mode.

I. Le rythme effréné des collections dans la mode contemporaine

Le secteur du textile est en perpétuelle évolution, marqué depuis plusieurs années par un renouvellement accéléré des tendances et des cycles de production. En effet, la mode est souvent qualifiée d'éphémère, dans la mesure où elle correspond à un cycle continu de renouvellement constant des collections.

Mais, la mode n'existerait pas si elle devait être pérenne ; son caractère temporaire étant la condition *sine qua non* pour que s'exprime la créativité. Cette mode éphémère a atteint son

paroxysme depuis l'essor de la fast-fashion, qui a conduit à un mode de production effréné, à qualité moindre.

Traditionnellement, les créateurs de mode ne renouvellent leurs collections que de manière semestrielle, soit deux collections chaque année (printemps/été, automne/hiver). Les cycles de production se sont toutefois accélérés ces dernières années, notamment dans le secteur du luxe, puisque certaines maisons commercialisent parfois jusqu'à 8 collections par an. Les entreprises de fast-fashion ont, quant à elles, adopté un rythme de production particulièrement rapide, allant jusqu'à plusieurs milliers de nouveaux modèles mis en ligne chaque jour³⁶.

Il convient toutefois de préciser que si l'industrie de la fast-fashion contribue évidemment à l'accélération des cycles de production, la mode a un caractère naturellement éphémère, qui se réinvente indéfiniment.

Cette caractéristique forme cependant un paradoxe : « c'est à la fois ce qui rend l'univers de la mode si attractif, et c'est ce qui a permis aux industriels de s'engouffrer dans un fonctionnement désormais décrié »³⁷.

En effet, ce renouvellement rapide des collections fait l'objet d'un grand nombre de controverses, puisque l'industrie textile a un impact particulièrement néfaste sur l'environnement. Cela n'est pas sans conséquence, puisque les consommateurs se tournent désormais vers une mode plus responsable.

Ce sont avant tout les réseaux sociaux qui ont eu une influence significative dans l'accélération des cycles de production du secteur textile. Ils ont permis une certaine démocratisation de la mode, laissant la possibilité aux consommateurs d'être informés des dernières tendances, et d'y accéder plus facilement via les plateformes e-commerce. Les tendances se sont donc propagées à une vitesse considérable ; cette rapidité de diffusion ayant eu pour conséquence que certains produits ne restaient populaires que pendant une très courte période.

³⁶ Amis de la Terre, « Quand la mode surchauffe », juin 2023, dernière consultation le 13 août 2025, disponible sur <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>.

³⁷ Ibid.

En conséquence, les créateurs de mode ont dû s'adapter à nouveau mode de consommation en diminuant drastiquement les délais de production, et en augmentant le nombre de collections par années.

Le caractère éphémère du secteur de la mode, qui contribue à un renouvellement constant des collections, pose des défis majeurs en matière juridique. Les droits de propriété intellectuelle, pourtant dotés d'une réelle efficacité dans d'autres domaines, peinent à remplir pleinement leurs fonctions dans la mesure où ils ont été conçus pour suivre une cadence plus lente et plus prévisible.

Cette inadéquation temporelle des outils juridiques face à la rapidité et à la diversité des produits en matière de mode engendre alors de nombreuses difficultés pratiques dans la mise en œuvre de la protection des créations de mode.

II. L'inadaptation des délais face au renouvellement rapide des collections

Il existe un anachronisme entre les réalités contemporaines du secteur de la mode et les mécanismes de protection des droits de propriété intellectuelle. En effet, les procédures d'obtention de ces droits et les délais des contentieux semblent être dépassés par le renouvellement instantané des collections, mais aussi par les tendances qui expirent en l'espace de quelques semaines.

Les procédures d'obtention des droits de propriété intellectuelle sont conçues selon une logique temporelle qui est inadaptée aux spécificités de l'industrie textile. Si les droits d'auteur ne font l'objet d'aucunes formalités administratives, ce n'est pas le cas du droit des dessins et modèles, qui semble pourtant être l'outil le plus pertinent et le plus adapté pour permettre la protection des créations de mode. En effet, conformément à l'article L.511-1 du CPI : « peut être protégé à titre de dessins et modèles l'apparence d'un produit, ou d'une partie de produit, caractérisé en particulier par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux. Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation ».

En apparence, le droit des dessins et modèles semble donc être un outil privilégié pour la protection des créations de mode. Pourtant, il est extrêmement rare que les grandes

entreprises, et surtout les plus petits créateurs, aient recours à cette possibilité pour protéger leurs créations.

D'où vient cette réticence à l'égard des dessins et modèles ? Le dépôt d'un dessin et modèle suppose en fait une certaine anticipation et doit faire l'objet d'un examen de l'office pour que la protection lui soit accordée. Cela nécessite également le paiement de redevances qui varient en fonction du type de dessin et modèle déposé (national ou européen). Le dépôt fait alors l'objet d'étapes longues et coûteuses, qui ne sont pas nécessairement appropriées au secteur textile. Pour la plupart des créateurs de mode, protéger chaque création représenterait du temps et un investissement financier important, d'autant plus si l'on souhaite déposer un dessin et modèle sur plusieurs territoires ; les formalités n'étant pas toujours similaires selon le territoire concerné.

Il est toutefois important de préciser que pour remédier à ces contraintes, une procédure accélérée de dépôt des dessins et modèles a été mise en place. Cette procédure est avantageuse puisqu'elle permet la protection d'un grand nombre de dessins et modèles pour un seul et même dépôt, avec une redevance unique, et dans un court délai³⁸.

Les procédures de dépôt devant l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) sont aussi des moyens efficaces pour remédier à ces difficultés. Le dépôt d'un dessin et modèle communautaire offre une protection d'une durée de cinq ans dans tous les Etats membres de l'UE, ce qui permet d'éviter le dépôt par territoires.

Également, les dessins et modèles communautaires non enregistrés (DMCNE) profitent aux créateurs de mode puisqu'ils ne sont déposés que pour une durée de trois ans, et sont protégés immédiatement dès la première divulgation du dessin et modèle, sans aucune formalité préalable. Ces dépôts restent toutefois pertinents pour des créations ayant une valeur commerciale importante du fait du coût que représente un dépôt, et sont donc inadaptés pour des créations éphémères.

Au-delà des contraintes temporelles liées aux formalités administratives requises pour obtenir la protection des dessins et modèles, les délais des procédures contentieuses - tous

³⁸ Institut national de la propriété industrielle, « Déposer un dessin et modèle », 16 déc. 2015, dernière consultation le 13 août 2025, disponible sur <https://www.inpi.fr/realiser-demarches/propriete-intellectuelle/>.

droits confondus - peuvent freiner les créateurs de mode à entamer des poursuites à l'encontre de potentiels contrefacteurs. Celles-ci s'inscrivent en effet dans des délais particulièrement incompatibles avec la rapidité de renouvellement des collections. Les créateurs peuvent ainsi ne trouver que peu d'intérêt à engager une action en contrefaçon si leurs collections deviennent rapidement désuètes. Les procédures au fond, devant le Tribunal judiciaire, s'étendent en effet sur plusieurs années, tandis que les procédures en référés, qui ne sont valables que pour les droits de propriété industrielle, supposent la réunion de conditions strictes.

Selon Marie Malaurie-Vignal, « le temps de la mode n'est pas le temps du droit. Je ne parle pas seulement du temps judiciaire, mais du temps juridique [...] Or, avec les nouvelles technologies, la copie est beaucoup plus facile aujourd'hui que naguère et elle est beaucoup plus rapide avec l'accélération du processus de fabrication et de distribution. Pourquoi alors innover et dépenser de l'argent si on peut être copié quasi instantanément ? »³⁹. L'inadéquation temporelle des mécanismes de protection face à ce rythme effréné des collections pourrait alors décourager les créateurs de mode à innover ; qui est pourtant l'un des objectifs le plus important du droit de la propriété intellectuelle.

En conclusion, les droits de propriété intellectuelle, notamment le droit d'auteur et le droit des dessins et modèles, font l'objet de limites face aux spécificités du secteur de la mode. Qu'il s'agisse de l'inadéquation des critères de protection, ou des inadéquations temporelles des mécanismes de protection, la propriété intellectuelle peine à protéger efficacement les créations de mode, ce secteur étant en perpétuelle évolution. La propriété intellectuelle doit donc s'adapter aux spécificités de la mode, « tant dans sa durée que dans ses conditions d'applicabilité et l'étendue de ses droits »⁴⁰.

Ces faiblesses sont exploitées de manière stratégique par les entreprises de fast fashion, qui sont parvenues à utiliser ces limites intrinsèques pour en faire un avantage majeur afin de développer leur modèle économique basé sur la vitesse, l'imitation et la production de masse.

³⁹ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI oct. 2019*, LexisNexis, étude 20.

⁴⁰ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), « La copie d'un article de mode peut-elle devenir licite ? Réflexion sur les liens entre innovation et droits de propriété intellectuelle », *PI août 2017*, LexisNexis, n°7, étude 19.

Chapitre 2 - L'exploitation des limites des droits de propriété intellectuelle par les entreprises de fast fashion

« Depuis l'émergence des entreprises de fast fashion, une forme de contrefaçon constante et parfois même systémique s'est développée »⁴¹, déclare Judith Bussé. Si le principe juridique de la liberté du commerce et de l'industrie contribue à la création, à l'inspiration, voire même à l'imitation, il est limité par l'obtention de droits exclusifs tels que les droits de propriété intellectuelle, ou l'interdiction de certains comportements déloyaux.

Toutefois, comme indiqué dans le premier chapitre⁴², les droits de propriété intellectuelle font l'objet de limites lorsqu'il s'agit de protéger efficacement les créations de mode. En effet, « la contrefaçon est encouragée ou favorisée par le manque de clarté, l'étendue suffisante de la protection et l'investissement financier nécessaire pour faire respecter ces droits »⁴³.

Ces limites sont exploitées par les entreprises de fast fashion, qui utilisent les zones grises du droit de la propriété intellectuelle pour reproduire indûment les créations de mode (**section 1**), tout en contournant les sanctions, ce qui favorise une certaine impunité à l'égard de ces entreprises (**section 2**). Cette situation est dangereuse, car elle contribue à la dévalorisation des créations de mode et pourrait décourager, à terme, toute créativité et innovation dans ce domaine.

Section 1 - Une utilisation stratégique des zones d'incertitudes juridiques

L'utilisation stratégique des zones d'incertitudes juridiques par les entreprises de fast fashion est favorisée par une frontière floue entre une inspiration légitime dans le secteur de l'industrie textile et une imitation prohibée, pouvant être sanctionnée au titre de la contrefaçon (**I**). Pour exploiter ces zones grises, elles ont recours à des stratégies

⁴¹ BUSSÉ (J.), par BLAAZER (E.), « Le plagiat dans la mode : Comment les créateurs et designers indépendants peuvent-ils se protéger contre le vol de leurs créations ? », 2 mai 2024, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur <https://fashionunited.fr/actualite/historique/le-plagiat-dans-la-mode-comment-les-createurs-et-designers-independants-peuvent-ils-se-protoger-contre-le-vol-de-leurs-creations/2024050234940#>.

⁴² cf : *supra*. p.13.

⁴³ *Op. cit.*, BUSSÉ (J.), par BLAAZER (E.), « Le plagiat dans la mode : Comment les créateurs et designers indépendants peuvent-ils se protéger contre le vol de leurs créations ? », 2 mai 2024.

d'imitation qui leur permettent d'éviter les sanctions de la part des titulaires des droits de propriété intellectuelle, victimes de ces multiples imitations (II).

I. La frontière floue entre inspiration légitime et imitation prohibée

Selon l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI), la contrefaçon se définit comme « la reproduction, l'imitation ou l'utilisation totale ou partielle d'un droit de propriété intellectuelle sans l'autorisation de son propriétaire »⁴⁴. Aux termes de l'article L.335-2 du CPI, la contrefaçon constitue un délit. Elle est passible de sanctions civiles et pénales.

Toutefois, dans le secteur de la mode la frontière entre l'imitation illicite d'une création, et l'inspiration légitime demeure particulièrement fine. En effet, les tendances vestimentaires sont, par nature, éphémères. Cette dynamique rend difficile l'identification d'une copie potentiellement contrefaisante, ce qui est souvent laissé à l'appréciation des juges. Cette subjectivité donne aux acteurs de la fast fashion une marge de manœuvre pour s'inspirer librement d'une création, tout en restant en deçà du seuil de l'illégalité.

Se pose alors une question fondamentale pour l'étude de cette partie : « où s'arrête l'inspiration, et où commence la contrefaçon ? »⁴⁵.

Comme vu précédemment, « la mode est par essence ce qui s'imité, se copie et se décline en tendance »⁴⁶. Il convient toutefois d'établir une frontière entre la notion d'inspiration et celle d'imitation. Plus généralement, il est nécessaire de distinguer ce qui est licite, de ce qui est illicite. En effet, comme l'indique Marie Malaurie-Vignal, « tout praticien en propriété intellectuelle connaît la difficulté de distinguer le licite de l'illicite, la copie non contrefaisante de la copie contrefaisante »⁴⁷. Cette difficulté se retrouve particulièrement

⁴⁴ Institut national de la propriété industrielle, « Qu'est-ce qu'une contrefaçon ? », 16 déc. 2025, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur <https://www.inpi.fr>.

⁴⁵ JOAS (L.), « Céline vs. Mango : la fast-fashion, faux ami du luxe ? », 24 nov. 2024, dernière consultation le 12 août 2024, disponible sur <https://expertise-juridique0.webnode.fr/l/celine-vs-mango-la-fast-fashion-le-faux-ami-du-luxe/>.

⁴⁶ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), « La copie d'un article de mode peut-elle devenir licite ? Réflexion sur les liens entre innovation et droits de propriété intellectuelle », *PI* août 2017, LexisNexis, n°7, étude 19.

⁴⁷ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI oct. 2019*, LexisNexis, étude 20.

dans le secteur de la mode, puisque les tendances imposent aux créateurs de mode de s'inspirer les uns les autres.

Également, c'est la fonction sociale de la mode qui contribue à accroître cette complexité entre inspiration légitime et imitation prohibée. En effet, « le vêtement est un marqueur social et culturel, qui conduit à un certain conformisme des codes vestimentaires »⁴⁸. Cette dimension sociale, ou encore collective, de la mode vient une nouvelle fois justifier cette volonté de suivre les tendances.

Ainsi, l'enjeu dans ce secteur est alors de protéger les créations de mode par le biais des droits de propriété intellectuelle, et en parallèle, de reconnaître l'existence des tendances. Il convient alors de faire cohabiter deux domaines - la mode et le droit - qui semblent fondamentalement opposés.

Les entreprises de fast fashion ont intégré ces différentes subtilités juridiques, ce qui permis d'alimenter un modèle économique fondé sur l'imitation, la vitesse et la production de masse.

En effet, bien que l'inspiration soit légitime dans le secteur de la mode, ce modèle économique contribue à un manque d'éthique dans la mesure où il n'a aucune limite dans la reproduction des créations de mode déjà existantes. Ceci encourage une certaine culture de la copie, qui est entretenue par ces zones grises juridiques, et en conséquence, a incité les acteurs de la fast fashion de s'appuyer sur ces faiblesses pour concevoir un modèle économique viable.

Quel est l'impact de cette zone grise juridique sur les créateurs de mode, personnes physiques ou morales ? Pour certaines entreprises - et notamment les grandes maisons de luxe - les conséquences économiques sont moindres, puisque leurs créations ne visent pas le même public, bien qu'elles soient victimes d'atteintes répétées à leurs droits de propriété intellectuelle. Cependant, les petits créateurs subissent grandement le modèle économique de la fast fashion. Faute de moyens financiers, ils ne peuvent agir en contrefaçon à

⁴⁸ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI oct. 2019*, LexisNexis, étude 20.

l'encontre des géants de la fast fashion. Selon Judith Bussé, les ressources limitées de ces petits designers ne conduisent pas toujours à un litige juridique, mais « à des discussions dans les médias sur le plagiat et l'éthique dans l'industrie de la mode, ou à un appel à des réglementations plus strictes et à une application plus strictes des droits d'auteur dans l'industrie de la mode »⁴⁹.

Certains estiment même que la fast fashion est responsable de la disparition progressive du secteur traditionnel de l'habillement, provoqué par une profonde mutation de l'industrie de la mode. En effet, de nombreuses enseignes ont été victimes de procédures de liquidations judiciaires ces dernières années, l'une des principales causes étant l'essor des enseignes d'ultra fast fashion, qui s'importent en Europe.

A contrario, certaines entreprises semblent tolérer, de manière implicite, l'imitation de leurs créations par l'industrie de la fast fashion. Si d'un côté, certaines entreprises subissent de manière considérable le modèle économique de cette industrie, pour d'autres, ces reproductions ne se limitent qu'à de l'inspiration. En effet, selon Edouard Vermeulen, fondateur de la maison de couture Natan, l'enseigne ZARA - pourtant célèbre pour ses nombreuses imitations de marques de luxe - ne franchit pas le seuil de l'imitation illicite⁵⁰.

Cette tolérance illustre à nouveau la complexité des critères d'appréciation de la contrefaçon dans le secteur de la mode, et contribue une nouvelle fois à cette frontière floue entre l'inspiration et l'imitation.

Ces incertitudes juridiques permettent aux entreprises de fast fashion d'avoir recours à des stratégies d'imitation des créations de mode déjà existantes sur le marché, tout en ne franchissant que très rarement le seuil de la contrefaçon.

⁴⁹ *Op. cit.*, BUSSE (J.), « Le plagiat dans la mode : Comment les créateurs et designers indépendants peuvent-ils se protéger contre le vol de leurs créations ? », 2 mai 2024.

⁵⁰ RTL info, « Zara : copie ou inspiration ? Découvrez les secrets du géant de la mode », 16 oct. 2024, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur <https://www.rtl.be/actu/rtl-info-conso/zara-copie-ou-inspiration-decouvrez-les-secrets-du-geant-de-la-mode/2024-10-16/article/722381>.

II. Les stratégies d'imitation pratiquées par les entreprises de fast fashion

L'exploitation des zones grises du droit de la propriété intellectuelle par les acteurs de la fast fashion s'effectue principalement par l'utilisation de diverses stratégies d'imitation, ayant pour effet d'éviter d'aller au-delà du seuil de la contrefaçon.

Ces méthodes consistent ainsi à exploiter cette frontière entre inspiration et imitation, le but étant de produire et de commercialiser les dernières tendances, souvent aperçues sur les réseaux sociaux grâce à l'apparition de l'influence (sur des plateformes telles que Tik tok et Instagram), ou directement diffusées lors des défilés de haute couture. Les consommateurs seront ainsi tentés de se procurer ces derniers articles « à la mode », mais à des prix beaucoup plus attrayants.

Premièrement, ces stratégies d'imitation sont la conséquence de la subjectivité des critères de protection des créations⁵¹. Ils offrent indirectement la possibilité, pour ces entreprises, d'imiter sans trop grands risques les créations de mode antérieures ; la contrefaçon de droit d'auteur et de dessins et modèles étant rarement appliquées par les juges, d'une part du fait d'une condition d'originalité difficile à appréhender, et d'autre part, du fait de l'absence de dépôts de dessins et modèles par les créateurs de mode.

Ces entreprises vont ainsi modifier suffisamment d'éléments pour éviter la copie servile⁵², d'autant plus qu'il a été rappelé à maintes reprises par la jurisprudence que « la contrefaçon s'apprécie au regard des ressemblances et non des différences »⁵³. Comme l'indique Marie Malaurie-Vignal, « les contrefaçons sont de plus en plus dissimulées (par ex., un imprimé ou un zip particulier sera repris sur un modèle à la coupe différente ou même sur des modèles n'ayant aucun rapport avec la pièce originale) »⁵⁴.

En évitant la contrefaçon intégrale et en privilégiant la contrefaçon partielle et non servile, les entreprises de fast fashion laissent une difficulté supplémentaire quant à l'appréciation de la contrefaçon. En effet : « si la contrefaçon est partielle et non servile, on est face à ce

⁵¹ *cf.* *supra.* p. 14.

⁵² La copie servile consiste en une reproduction à l'identique d'une création.

⁵³ CA Paris, pôle 5, 1ère ch. 22 janv. 2021, n°19/16343.

⁵⁴ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), « Concurrence déloyale et parasitisme dans le secteur de la mode - Des concepts juridiques au service de l'économie de la mode », *Contrats, concurrence, consommation*, n°1, LexisNexis, janv. 2023, étude 1

qu'on peut appeler un cas de contrefaçon par imitation [...] : il faut non seulement établir qu'il y a imitation, donc des ressemblances entre les deux oeuvres, mais en plus, il faut prouver que ces imitations porte sur des éléments protégés par le droit d'auteur »⁵⁵.

L'analyse subjective des juges permet alors aux entreprises de fast fashion de minimiser les risques de sanctions, principalement en dissimulant les ressemblances avec les créations de mode antérieures. De plus, l'originalité des œuvres d'art appliqué étant rarement appréciée par les juges, la contrefaçon partielle non servile ne peut être caractérisée.

Au-delà de la contrefaçon de droit d'auteur, les entreprises de fast fashion échappent souvent à la contrefaçon de marque. Tout d'abord, le droit des marques est défini par l'article L.711-1 du CPI, qui dispose que : « La marque de produits ou de services est un signe servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale de ceux d'autres personnes physiques ou morales ».

La protection par le droit des marques se concentre alors sur la protection d'un signe distinctif tel qu'un logo (ou marque figurative), une marque verbale, ou encore une marque semi-figurative. La contrefaçon de marque implique alors l'exploitation non autorisée d'une marque déposée et enregistrée sans le consentement du titulaire. Celle-ci peut entraîner des conséquences importantes pour ce dernier, notamment la perte de distinction de la marque et l'affaiblissement de son image conduisant à impacter sa réputation à l'encontre des consommateurs.

Pour éviter l'action en contrefaçon de marque, les entreprises de fast fashion reproduisent l'apparence générale d'un produit, sans toutefois apposer le signe protégé - la marque - sur celui-ci. Certains appellent cela des « dupes », des « unbranded superfakes » ou encore des « pingti ». Ces articles, s'ils sont fortement inspirés des créations de luxe, se distinguent ainsi des articles contrefaits par l'absence d'un signe distinctif apparent faisant référence à une marque précise.

⁵⁵ BERNAULT (C.), « Droit des auteurs. - Contrefaçon et étendue du droit d'auteur (CPI, art. L.122-4) », *J-CL Civil Annexes, Propriété littéraire et artistique*, fasc. 1267, 2024.

Comme l'indique Christian Le Stanc, à propos des *pingti*, « on constate que ces pantalons, sacs ou autres s'abstiennent par discrétion d'afficher les signes distinctifs des entreprises imitées. En second lieu on relève que ces articles sont de la même excellente qualité que les produits imités »⁵⁶. Il semble même que ces produits soient fabriqués dans les mêmes usines de production que les articles originaux, ou utilisent les mêmes fournisseurs. Ainsi, les consommateurs peuvent se procurer, notamment par les plateformes en ligne de fast fashion, des articles semblables à ceux des maisons de luxe, moins onéreux, dépourvus de signes distinctifs, mais reconnaissables (quid de la concurrence déloyale et du parasitisme ?).

L'illégalité de ces produits semble encore être discutée, dans la mesure où les dupes apparaissent, de leur côté, comme des articles “bon marché”, inspirés des produits d'autres marques, mais *a priori* licites : « par exemple, vêtements s'insérant dans une tendance de mode sans porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle, ni susciter de risque de confusion, ou ne se situant pas dans le clair sillage d'un couturier déterminé »⁵⁷.

Selon Christian Le Stanc, il est certain que ces “*pingti*” porteront préjudice aux titulaires de droit.

Pour finir, les entreprises de fast fashion peuvent s'appuyer sur la tendance générale - ce qui n'est pas complètement inexact - pour justifier les similitudes entre leurs produits et ceux des créateurs. En effet, cette défense est particulièrement efficace dans un secteur où, par définition, les créateurs de mode s'inspirent, pour la plupart, de la tendance actuelle du marché.

Par conséquent, les entreprises de fast fashion parviennent à exploiter méthodiquement cette zone grise, entre inspiration et imitation, en veillant à ne pas dépasser le seuil de la contrefaçon. De plus, l'apparition de nouvelles copies, telles que les dupes, ou encore les *pingti*, renforce ce flou juridique. Ces stratégies d'imitation, dont le caractère illicite demeure encore incertain, met en évidence les limites actuelles de la protection offerte par le droit de la propriété intellectuelle ; ce dernier devant s'adapter rapidement à ces nouvelles pratiques. Ces imitations, assumées et totalement maîtrisées, posent des défis

⁵⁶ LE STANC (C.), « Pingti - Après les “dupes”, les “pingti” », *PI* juin 2025, LexisNexis, n°6, repère 6.

⁵⁷ *Ibid.*

majeurs aux régimes juridiques de la propriété intellectuelle et remettent aussi en question le cadre répressif, qui semble également affaibli face aux pratiques de la fast fashion.

Section 2 - Les insuffisances du cadre répressif face aux pratiques de la fast fashion

Les entreprises de fast fashion exploitent les failles du cadre juridique pour contourner la protection des créations de mode, ce qui démontre d'une insuffisance du cadre répressif de la propriété intellectuelle face à la fast fashion. Cette insuffisance est caractérisée tant par le manque d'harmonisation des droits de propriété intellectuelle (I), que par le recours privilégié des actions en concurrence déloyale et parasitisme, au détriment de l'action en contrefaçon (II).

I. Le manque d'harmonisation des droits de propriété intellectuelle

« Quelles règles appliquer à la création de mode dans un monde globalisé alors que les réponses des Etats sont diverses ? »⁵⁸.

Cette interrogation, posée par Marie Malaurie-Vignal, révèle l'étendue des difficultés de la protection des créations de mode du fait de la diversité des approches juridiques selon les pays. Cette diversité conduit aux contournements des lois par les entreprises de fast fashion, ce qui rend le cadre répressif peu contraignant.

La mode est un secteur profondément mondialisé : « Un article de mode peut être créé dans un pays, fabriqué dans un autre pays, puis vendu dans un autre pays »⁵⁹. Cette méthode de fonctionnement repose en grande partie sur la délocalisation des entreprises, qui consiste à transférer une partie de leurs activités (généralement de production) à l'étranger, avant de distribuer les produits issus de cette production dans le monde entier.

La délocalisation des productions a un certain impact pour les créateurs de mode et les rend vulnérables, puisque ces usines sont généralement implantées dans des pays où la protection des créations de mode présente moins d'intérêt. En effet, « la concentration de

⁵⁸ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI oct. 2019*, LexisNexis, étude 20.

⁵⁹ *Ibid.*

la fabrication en Chine et dans d'autres pays peu portés sur la protection des créateurs de mode n'a fait qu'accentuer encore davantage ce problème »⁶⁰.

Également, si « la plupart des pays européens, le Japon ou encore l'Inde garantissent également un niveau de protection significatif pour les nouvelles créations »⁶¹, ce n'est toutefois pas le cas des Etats-Unis, où les créations de mode sont peu protégées. En effet, ils excluent en grande partie les vêtements du champ d'application du copyright, en raison de leur caractère utilitaire.

À cet effet, plusieurs auteurs américains, tels que Cassandra Elrod, estiment que les droits de propriété intellectuelle aux Etats-Unis devraient être renforcés, en s'inspirant particulièrement du modèle de l'Union européenne. Selon elle, le droit d'auteur tel qu'il est régi par le Code de la propriété intellectuelle offre la possibilité aux créateurs européens de protéger plus facilement leurs œuvres originales. En conséquence, en bénéficiant d'une protection renforcée, les dérives de la fast fashion seraient limitées, en particulier celles relatives à l'environnement⁶².

D'après Marie Malaurie-Vignal, cette diversité juridique répond toutefois à la diversité culturelle des Etats⁶³. Le manque d'harmonisation ne serait donc pas exclusivement lié à une absence de consensus, mais plutôt à une forte diversité culturelle : chaque Etat a sa propre vision de l'art, de la mode ou encore de la création.

Dans ce contexte, il convient de s'interroger sur la possibilité d'apporter une réponse efficace aux défis liés à l'harmonisation des droits de propriété intellectuelle, afin de mieux encadrer les pratiques des entreprises de fast fashion. Plusieurs anciennes réglementations internationales et européennes visent en effet à établir un socle commun pour parvenir à une harmonisation des droits de propriété intellectuelle.

⁶⁰ SCAFIDI (S.), « La mode tant copiée, si peu protégée », 23 mai 2016, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur https://www.lemonde.fr/m-mode-business-of-fashion/article/2016/05/27/la-mode-tant-copiee-et-si-peu-protgee_4927488_4497393.html.

⁶¹ Ibid.

⁶² ELROD (C.), « The domino effect : How Inadequate Intellectual Property Rights in the Fashion Industry Affect Global Sustainability », in *Indiana journal of global legal studies*, Indiana University Press, 2017, n°2, p. 575-596.

⁶³ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI oct. 2019*, LexisNexis, étude 20.

À titre d'exemple, l'Arrangement de la Haye adopté en 1925 et l'Arrangement de Madrid en 1891 ont permis de faciliter l'enregistrement international des marques et dessins et modèles. Également, l'accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce (ADPIC), conclus en 1994 dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), a permis d'uniformiser et de renforcer la protection de la propriété intellectuelle à l'échelle mondiale. Ainsi, « il exige que les Membres de l'OMC mettent à disposition des procédures efficaces, impartiales et justes prévoyant les mesures correctives nécessaires, tout en évitant leur utilisation abusive et la création d'obstacles au commerce légitime »⁶⁴.

Il semble toutefois que les Etats gardent une certaine marge de manœuvre quant à l'application des droits de propriété intellectuelle, et au degré de protection s'y afférant. En effet, si l'accord ADPIC a fixé un socle commun, les diverses interprétations des droits de propriété intellectuelle entre les Etats subsistent, notamment en matière de droit d'auteur.

La Convention de Berne, adoptée en 1886, porte sur la protection des œuvres et des droits des auteurs sur leurs œuvres. Elle repose sur trois principes fondamentaux et contient une série de dispositions qui définissent le minimum de protection qui doit être accordé, ainsi que des dispositions spéciales pour les pays en développement. Cette convention offre ainsi aux créateurs les moyens de contrôler la manière dont leurs œuvres peuvent être utilisées, par qui et sous quelles conditions.

Toutefois, elle pose une limite spécifique à son article 2.7 pour les œuvres d'art appliqué. En effet, « cet article prévoit un mécanisme de protection par le droit d'auteur conditionné par une règle de réciprocité »⁶⁵. L'objectif est d'exclure certaines œuvres de la protection du droit d'auteur en fonction du système de protection du pays dans lequel l'œuvre a été publiée pour la première fois.

⁶⁴ Organisation mondiale du commerce, « Moyens de faire respecter les droits de propriété intellectuelle », dernière consultation le 18 août 2025, disponible sur https://www.wto.org/french/tratop_f/trips_f/ipenforcement_f.htm.

⁶⁵ Arénaire Intellectual Property, « Protection du design : droit de l'UE vs. Convention de Berne », 5 mai 2023, dernière consultation le 16 août 2025, disponible sur <https://www.cabinet-arenaire.com/protection-design-ue-convention-berne/>.

Cet article est considéré comme « une entorse à la protection des arts appliqués par le droit d'auteur »⁶⁶. Le cabinet Arénaire Avocats en propose un exemple concret pour plus de compréhension : une œuvre d'art appliqué publiée aux Etats-Unis qui ne peut pas bénéficier de la protection du Copyright, ne pourra pas bénéficier de protection par le droit d'auteur dans les autres pays de l'UE.

Cette règle constitue alors une limite importante car elle crée une protection incertaine et inégale pour les œuvres d'art appliqué : la reconnaissance de la protection dépend du régime juridique du pays d'origine. Or, si l'on prend l'exemple des Etats-Unis, le Copyright accorde une protection plus limitée qu'en France, ce qui n'est pas avantageux.

Récemment, la CJUE est venue poser une nouvelle limite à propos de ce principe de réciprocité de l'article 2.7 de la Convention de Berne pour les Etats membres de l'UE. En effet, comme l'indique Anne-Emmanuelle Kahn, « bien que n'ayant pas été rendu en matière de mode, l'arrêt rendu par la CJUE le 24 octobre 2024 mérite l'attention eu égard aux conséquences importantes qu'il pourrait entraîner en matière d'art appliqué »⁶⁷.

A la suite d'une question préjudicielle, la CJUE a été amenée à se prononcer sur la question de l'application par les Etats membres du principe de réciprocité pour les créations d'art appliqué. La CJUE, dans la continuité de son arrêt *Tod's c. Heyraud* de 2005, est venue écarter l'application de ce principe à l'égard d'un ressortissant d'un Etat tiers⁶⁸.

Ainsi, les Etats membres de l'UE ne peuvent pas appliquer en droit national le critère de réciprocité à l'égard des œuvres d'art appliqué dont le pays d'origine est un pays tiers, et dont l'auteur est un ressortissant d'un pays tiers.

Selon Anne-Emmanuelle Kahn, pour une meilleure protection des designers européens, il serait préférable que le législateur européen adopte une clause de réciprocité commune,

⁶⁶ *Op. cit.*, Arénaire Intellectual Property, « Protection du design : droit de l'UE vs. Convention de Berne », 5 mai 2023.

⁶⁷ *Op. cit.*, KAHN (A.E), « Un an de droit de la mode », *PI* avril 2025, n°4, Chron. 2.

⁶⁸ CJUE, 24 oct. 2024, aff. C-227/23, *Kwantum Nederland BV et Kwantum België c. Vitra Collections AG*.

« afin d'inciter les Etats tiers qui n'accordent pas la protection du droit d'auteur ou du copyright aux oeuvres d'art appliqué à modifier leur législation »⁶⁹.

En définitive, le manque d'harmonisation des droits de propriété intellectuelle constitue un obstacle majeur à la protection des créations de mode, malgré les textes internationaux ou européens, notamment dans un contexte où la mode est profondément mondialisée. Ce manque d'harmonisation permet alors aux entreprises de fast fashion de tirer profit de ces diverses incohérences, ce qui limite, par conséquent, les risques de se voir intenter une action en contrefaçon.

II. Le recours privilégié à la concurrence déloyale et au parasitisme

Comme l'a indiqué la Cour de cassation dans son arrêt rendu en 2019, « l'action en concurrence déloyale n'est pas un succédané de l'action en contrefaçon et exige la preuve d'une faute relevant de faits distincts de ceux allégués au titre de la contrefaçon »⁷⁰. Cette exigence s'applique également au parasitisme, conformément à la théorie du fait distinct. Cela est régulièrement rappelé en jurisprudence, lorsque le demandeur fonde son action sur ces deux fondements.

Si l'action en concurrence déloyale et parasitisme suppose, pour être admissible, « la preuve d'une faute relevant de faits distincts de ceux qui ont été retenus pour fonder la contrefaçon »⁷¹, les titulaires de droit de propriété intellectuelle invoquent tout de même, et de manière presque systématique, la concurrence déloyale et/ou le parasitisme de façon supplétive ou cumulative lorsqu'une action en contrefaçon est engagée.

Ainsi, comme l'indique Anne-Carole Pontoireau, « l'action en concurrence déloyale ou parasitisme est apparue très vite comme un allié solide des titulaires de droits »⁷². En effet, d'une part, elle permet de faire cesser et d'obtenir réparation, et d'autre part, elle permet de « pallier une absence de droit ou un droit faible »⁷³.

⁶⁹ *Op. cit.*, KAHN (A.E), « Un an de droit de la mode », *PI* avril 2025, n°4, Chron. 2.

⁷⁰ Cass. com., 18 sept. 2019, n° 17-23.253.

⁷¹ Cass. com., 8 juillet 2003, Hasbro international et Hasbro France c/ Impag France et Impag BV.

⁷² PONTOIREAU (A.C.), « Panorama de l'articulation entre les actions en contrefaçon et en concurrence déloyale dans la protection des créations immatérielles », *Revue francophone de la propriété intellectuelle*, 29 nov. 2019, n°9.

⁷³ *Ibid.*

Il n'est donc pas rare pour les titulaires de droit d'intenter des actions à l'encontre des entreprises de fast fashion sur le fondement du parasitisme, soit à titre subsidiaire, soit au détriment de la contrefaçon de droit d'auteur pour obtenir gain de cause. L'action en parasitisme présente en effet un intérêt si une œuvre ne remplit pas les conditions de protection de droit d'auteur par exemple, et peut donc être invoquée en absence de toute protection de l'œuvre.

A titre d'exemple, le 16 octobre 2024, la Cour d'appel de Paris a condamné la société JONAK à verser la somme de 180 000 euros à la maison de couture CHANEL pour parasitisme, du fait de la commercialisation de souliers reprenant - presque à l'identique - ceux de la Maison de luxe, à savoir les fameux souliers "slingback" beiges et noirs.

Également, le 10 novembre 2023, la Cour d'appel de Paris a condamné la société de fast fashion MANGO FRANCE à payer la somme de 2 000 000 euros à la maison de couture CÉLINE pour actes de parasitisme.

Si la faute de parasitisme est accordée par les juges lorsque sont en cause des articles de mode, ce n'est pas nécessairement le cas lorsque les entreprises de fast fashion sont condamnées sur le fondement de la contrefaçon. En effet, par un arrêt de la Cour d'appel de Paris du 25 juin 2021, la société MANGO avait obtenu gain de cause alors qu'elle était poursuivie pour contrefaçon d'un modèle de sac, toujours par la société CÉLINE. Les juges avaient estimé que « le modèle de sac en question suscitait, chez l'utilisateur averti, une impression visuelle globale distincte de celle dégagée par l'un des sacs "Trotteur" commercialisés par Céline »⁷⁴.

De même, MANGO a remporté un litige l'opposant à la société ISABEL MARANT le 11 janvier 2023, qui l'accusait d'imiter ouvertement ses modèles. La Cour d'appel de Paris a estimé que les allégations d'ISABEL MARANT quant aux caractéristiques spécifiques des modèles étaient insuffisantes, étant donné qu'elle ne faisait pas valoir de droits d'auteur ni de droits sur des modèles déposés.

⁷⁴ HOLVECK (E.), « FAST-FASHION : Une condamnation pour parasitisme fondée sur un comportement global ? », 9 avril 2024, dernière consultation le 16 août 2025, disponible sur le site <https://www.useyourlaw.com/fast-fashion-une-condamnation-pour-parasitisme-fondée-sur-un-comportement-global/>.

Dès lors, le recours à la concurrence déloyale et au parasitisme montre que, dans la pratique, ces fondements sont souvent privilégiés au détriment de l'action en contrefaçon, même lorsque la contrefaçon de droit d'auteur, par exemple, pourrait s'appliquer. Ces actions, si elles ne doivent pas être des actions de repli comme l'a souligné Pierre greffe⁷⁵, permettent néanmoins de pallier les limites des droits de propriété intellectuelle. Les entreprises de fast fashion ne risquent donc que très rarement d'être condamnées sur le fondement de la contrefaçon, bien qu'elles soient sanctionnées sur le fondement de la concurrence déloyale et du parasitisme.

Par conséquent, le cadre répressif du droit de la propriété intellectuelle face aux pratiques de la fast fashion semble insuffisant, tant par le manque d'harmonisation des droits de propriété intellectuelle dans le monde, que par l'utilisation privilégiée de la concurrence déloyale et du parasitisme par les titulaires de droit. Ces limites offrent aux entreprises de fast fashion la possibilité de passer outre les sanctions, mais aussi de ne pas être condamné au titre de la contrefaçon si un litige survient.

Si le droit de la propriété intellectuelle fait ainsi l'objet de limites, celles-ci étant exploitées de manière stratégique et opportuniste par les entreprises de fast fashion, il convient toutefois de tenter d'étudier les différentes possibilités de régulation de la fast fashion par le droit de la propriété intellectuelle. En effet, au-delà des atteintes aux droits exclusifs des créateurs de mode par la multiplication des contrefaçons qui sont commercialisées internationalement, la fast fashion constitue également un enjeu environnemental majeur. Plusieurs solutions peuvent alors être évoquées pour tenter de limiter ses impacts, et freiner la multiplication des contrefaçons.

⁷⁵ *cf* : *supra*. p.20.

PARTIE 2 - Vers une régulation de la fast fashion par la propriété intellectuelle

La première partie de cette étude a permis de démontrer que la propriété intellectuelle est mise à rude épreuve par l'industrie de la fast fashion, qui exploite de manière stratégique ses limites intrinsèques dans le secteur de la mode, afin de faire fonctionner un modèle économique basé sur l'imitation, la vitesse et la production de masse.

Face à ce constat, il ne s'agit pas seulement de relever les faiblesses du droit de la propriété intellectuelle, mais d'envisager des pistes d'adaptations susceptibles d'offrir aux créateurs de mode une protection plus efficace, pour lutter contre les pratiques contrefaisantes des entreprises de fast fashion.

Il est important d'indiquer que renforcer les droits de propriété intellectuelle ne se limite pas seulement à protéger la créativité, mais aussi à réguler la fast fashion en décourageant la production et la commercialisation de ces articles contrefaisants ; ce qui contribuerait à freiner les impacts environnementaux, sociaux et économiques, jugés particulièrement préoccupants ces derniers mois.

Cependant, ces pistes d'adaptation sont complexes, puisqu'elles dépassent la simple adaptation des règles de droit. La mode soulève en effet des enjeux sociaux et politiques majeurs qu'il convient de prendre en compte.

Faut-il, selon le souhait des différents acteurs, que le droit s'adapte pour être en adéquation avec ces nouvelles pratiques, ou bien le renforcer afin d'en limiter les dérives ?

Cette deuxième partie privilégiera la seconde option.

En effet, il semble que dans le contexte actuel, et notamment depuis l'adoption de la loi anti fast fashion, les enjeux sont tels qu'il est particulièrement nécessaire de trouver des solutions adéquates pour limiter les impacts de cette industrie, mais surtout d'assurer aux créateurs de mode une protection plus optimale pour leurs créations.

Il convient ainsi d'examiner les pistes d'adaptation du droit de la propriété intellectuelle pour aménager de façon plus efficace le cadre juridique actuel (**chapitre 1**), et en parallèle, d'étudier les outils extra-juridiques qui peuvent offrir des solutions complémentaires pour protéger les créations de mode, et ainsi, limiter les impacts de la fast fashion (**chapitre 2**).

Chapitre 1 - La nécessité d'un aménagement du cadre juridique actuel

Pour limiter les impacts de la fast fashion, il est indispensable d'adapter le cadre juridique existant. D'une part, le cadre législatif du droit de la propriété intellectuelle doit évoluer pour tenir compte des difficultés rencontrées par les créateurs de mode dans la protection effective de leurs droits (**section 1**). D'autre part, la jurisprudence doit aussi évoluer pour apporter des solutions favorables aux créateurs de mode en sanctionnant efficacement les entreprises de fast fashion (**section 2**).

Section 1 - L'évolution du cadre législatif à l'ère de la fast fashion

Le cadre législatif du droit de la propriété intellectuelle doit s'adapter aux nouveaux défis posés par les entreprises de fast fashion, afin de renforcer la protection des créations de mode, mais aussi pour inciter les créateurs à déposer des titres de propriété industrielle en facilitant et en modernisant les procédures d'obtention de ces droits exclusifs (**I**).

De plus, il apparaît nécessaire de renforcer les dispositifs de lutte anti-contrefaçon, notamment pour le commerce en ligne (**II**). En effet, les entreprises de fast fashion, mais surtout d'ultra fast fashion, ne commercialisent leurs produits que par le biais de sites e-commerce ou de services d'intermédiation (ou marketplaces), ce qui favorise les risques de contrefaçons.

I. La modernisation des procédures d'obtention des droits exclusifs

L'évolution récente du cadre législatif en matière de propriété intellectuelle témoigne d'une volonté de rendre plus accessibles les mécanismes de protection, notamment dans des secteurs tels que la mode, où la protection par les droits de propriété intellectuelle s'avère délicate.

Contrairement au droit d'auteur et au droit des marques - pour lesquels aucune réforme n'est entrée en vigueur récemment - c'est dans le droit des dessins et modèles que l'on a pu apercevoir une évolution du cadre législatif. Ces réformes, qui visent à simplifier les

procédures, permettront d'alléger les contraintes pour les créateurs et ainsi, les encourager à déposer des dessins et modèles pour s'assurer une meilleure protection.

Tout d'abord, les Etats membres de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle ont adopté le Traité de Riyad le 22 novembre 2024. Ce texte a pour objectif d'harmoniser les procédures nationales et régionales de dépôt des dessins et modèles, et permet aux créateurs du monde entier de protéger plus facilement, plus rapidement et à moindre coût leurs dessins et modèles, tant sur leur territoire qu'à l'étranger.

Selon l'OMPI, ce traité témoigne d' « une avancée majeure dans l'autonomisation des créateurs et la promotion de la collaboration internationale dans le domaine des dessins et modèles »⁷⁶. Ce texte a pourtant fait l'objet d'une vingtaine d'années de négociations, ce qui témoigne de la complexité de l'harmonisation des droits de propriété intellectuelle dans le monde.

Concrètement, le Traité de Riyad vise à rendre la protection des créations plus simple et accessible, en particulier pour les petits créateurs et les petites/moyennes entreprises.

Selon l'OMPI, les procédures actuelles de protection des dessins et modèles ainsi que les procédures d'enregistrement varient d'un pays à l'autre. En conséquence, les dessins et modèles ne sont généralement délivrés qu'après un examen approfondi de la demande de dépôt par l'office du pays concerné. En effet, les dessins et modèles sont qualifiés de "territoriaux" et donc limités au pays (ou à la région) dans lequel la protection a été obtenue. Ces contraintes tendent à dissuader les créateurs de mode d'accéder à ce type de protection, pourtant essentielle dans le secteur de la mode.

Ce traité contribue ainsi à rendre le système de protection des dessins et modèles plus prévisible, à simplifier les procédures et à les rendre plus accessibles.

En revanche, il ne s'agit pas d'une harmonisation des conditions de fond de protection du droit des dessins et modèles, qui relèvent toujours de la compétence des législations nationales ou régionales.

⁷⁶ Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, « Les Etats membres de l'OMPI adoptent le Traité de Riyad sur le droit des dessins et modèles », 22 nov. 2024, dernière consultation le 18 août 2024, disponible sur https://www.wipo.int/pressroom/fr/articles/2024/article_0017.html.

Pour finir, ce nouveau Traité permet d'inclure, sous certaines conditions, plusieurs dessins et modèles dans une seule demande. Egalement, il assure aux déposants que ce dépôt sera maintenu au secret pendant une durée minimum de six mois (art. 10 du traité).

Cette nouvelle réglementation constitue un avantage considérable pour les créateurs de mode, en leur offrant la possibilité de se prémunir contre les pratiques de la fast fashion, qui consistent à reproduire de manière quasi-instantanée les créations de mode.

Néanmoins, à ce jour, aucun État membre de l'UE n'a encore ratifié ce traité. Hors UE, le dernier pays à l'avoir ratifié est le Royaume-Uni, en juillet 2025. Ainsi, bien que le Traité de Riyad marque une avancée majeure sur le plan international, il reste inapplicable au sein même de l'UE ; faute de ratification par ses Etats membres.

Or, en parallèle, l'UE a elle-même engagé une réforme d'envergure de son propre cadre juridique en matière de dessins et modèles, entré en vigueur le 1er mai 2025. Les Etats membres devront transposer la directive (UE) n°2024/2823 dans un délai de trois ans.

Selon Gabrielle Pierre-Lenfant, « le paquet dessins et modèles constitue la première véritable révision substantielle de la législation européenne sur les dessins et modèles depuis plus de vingt ans »⁷⁷. En effet, des charges administratives jugées inefficaces ont été supprimées, en particulier celles relatives à la manière dont un dessin et modèle devait être présenté lors de la demande dépôt : « tant le droit substantiel que le cadre juridique du dépôt sont modifiés, pour mieux s'ancrer dans l'ère numérique »⁷⁸.

Cette réforme prévoit, comme pour le Traité de Riyad, une possibilité d'ajournement de la publication de la demande d'enregistrement. Les déposants auront alors la possibilité, au moment du dépôt, de demander l'ajournement de la publication du dessin et modèle dans un délai maximal de trente mois, à compter de la date de dépôt.

Cette nouvelle disposition permet de conserver, pour toute cette durée, le secret sur les dessins et modèles enregistrés, et retarder ainsi leur divulgation publique. La mise en place

⁷⁷ PIERRE-LENFANT (G.), « Les dessins et modèles se modernisent à l'ère du numérique », *PI* 5 mai 2024, n°5.

⁷⁸ Ibid.

de cette disposition est, comme pour le Traité de Riyad, un avantage considérable pour les créateurs de mode, empêchant ainsi toute copie trop rapide de leurs modèles.

Pour finir, la procédure de dépôt a été harmonisée entre les offices nationaux et l'EUIPO. Si de nouveaux éléments ont été inclus, il est surtout désormais possible de soumettre une seule demande regroupant plusieurs dessins ou modèles, sans avoir à les séparer par classes, puisqu'ils peuvent désormais appartenir à des classes différentes, conformément à la classification de Locarno⁷⁹. Ceci réduit considérablement le coût de dépôt des dessins et modèles.

Par conséquent, ces nouveaux textes - bien qu'ils ne visent que les dessins et modèles - témoignent tout de même de la volonté des législateurs, en UE ou à l'international, d'harmoniser les droits de propriété intellectuelle pour tenter de simplifier et d'assurer une meilleure efficacité de ces outils juridiques.

En plus de cette simplification des procédures et des conditions de protection, il demeure indispensable de renforcer les mécanismes de lutte anti-contrefaçon, afin de garantir une protection effective des créations de mode.

II. Le renforcement de la lutte anti-contrefaçon dans le commerce en ligne

Selon l'Observatoire des atteintes au droit de la propriété intellectuelle⁸⁰, internet est devenu un canal privilégié pour les contrefacteurs, en particulier dans le secteur de la mode. Néanmoins, la montée en puissance des géants de la fast fashion sur les sites e-commerce, marketplaces et réseaux sociaux a considérablement accentué ce phénomène.

SHEIN et TEMU, considérés comme les acteurs les plus puissants de la vente en ligne dans l'industrie de la fast fashion, utilisent un marketing très agressif, qui est à l'origine de cette croissance exponentielle du commerce électronique. Cette forme de marketing soulève de nombreux défis car ces entreprises inondent l'UE et le monde entier de vêtements à très faibles prix.

⁷⁹ Classification internationale utilisée aux fins de l'enregistrement des dessins et modèles industriels.

⁸⁰ L'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle est un réseau d'experts, de parties prenantes spécialisées et d'autorités répressives qui se consacrent à la défense des droits de PI.

Le projet de rapport du Parlement européen du 5 mars 2025 « sur la sécurité des produits et la conformité réglementaire dans le commerce électronique et les importations en provenance de pays tiers » (A10-0133/2025)⁸¹, précise que 4,6 milliards d'articles du commerce électronique, d'une valeur inférieure au seuil de franchise européen de 150 euros, ont été importés dans l'UE en 2024, soit deux fois plus qu'en 2023 et trois fois plus qu'en 2022. Or, une part significative de ces importations en UE sont des produits contrefaits, qui ne sont pas conformes aux normes européennes.

Pour limiter les excès du commerce électronique, des solutions doivent être mises en place, tant pour limiter les atteintes environnementales et assurer la sécurité des consommateurs, que pour protéger plus efficacement les créateurs de mode, victimes d'atteintes répétées à leurs droits de propriété intellectuelle.

Selon plusieurs auteurs, l'accroissement des ressources dont disposent les autorités douanières et les autorités de surveillance du marché sont nécessaires pour limiter les marchandises contrefaisantes. A ce titre, la Commission européenne a proposé, le 17 mai 2023, un paquet législatif pour : une réforme douanière contenant une révision du Code des douanes, l'instauration d'une autorité douanière dans l'UE, la mise en place d'un passeport numérique de produit et la suppression du seuil de franchise de 150 euros pour le paiement des droits de douane et de la TVA sur les produits importés.

Le Parlement européen s'est prononcé en faveur de ce projet de réforme, le 13 mars 2024. A ce jour, cette révision fait encore l'objet de négociations au sein de l'UE. Toutefois, son adoption définitive renforcerait considérablement l'efficacité de l'union douanière face à ces nouveaux enjeux en matière de commerce en ligne.

Néanmoins, la lutte contre la contrefaçon en ligne ne peut reposer uniquement sur un contrôle renforcé aux frontières. Elle implique aussi de réaliser un contrôle en amont, avant la commercialisation des produits contrefaits, pour limiter ces pratiques mais aussi dans le but de responsabiliser les vendeurs.

⁸¹ DE MEO (S.), *Rapport sur la sécurité des produits et la conformité réglementaire dans le commerce électronique et les importations en provenance des tiers*, A10-0133/2025, Parlement européen, 2 juillet 2025.

C'est l'objectif du Digital Service Act (DSA), entré en vigueur en août 2023. Ce règlement européen sur les services numériques interdit les contenus illicites - tels que les contrefaçons - sur les plateformes de services intermédiaires⁸².

Le DSA prévoit que les marketplaces feront l'objet d'une obligation de transparence sur les produits mis en vente, dont elles devront vérifier la fiabilité avant leur commercialisation. Également, ce règlement a mis en place des contrôles aléatoires afin de s'assurer de la conformité des produits commercialisés⁸³.

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), appelle à une application concertée et uniformisée du DSA dans l'Union européenne, dans le but d'assurer un niveau équivalent de protection des consommateurs français, mais aussi pour préserver la compétitivité des marketplaces françaises.

Ainsi, le commerce en ligne favorise le développement de la contrefaçon, en particulier sur les plateformes de fast fashion. Les autorités européennes mettent ainsi en place plusieurs mesures, tant par une intervention renforcée des douanes que par l'instauration de règlements tels que le DSA, pour limiter les dérives du commerce en ligne, mais surtout pour limiter la contrefaçon.

Le renforcement de la lutte anti-contrefaçon dans le commerce en ligne, ainsi que l'adoption de nouveaux textes destinés à harmoniser les droits de propriété intellectuelle au sein de l'UE et à l'échelle mondiale, sont essentiels pour protéger les créations de mode et lutter contre les dérives de la fast fashion.

Toutefois, il apparaît également nécessaire que la jurisprudence s'adapte à ces nouvelles pratiques afin d'assurer une meilleure protection aux créations de mode.

⁸² VERGNOLLE (S.), « Les plateformes en lignes - Le règlement sur les services numériques (DSA) », *J-CL, Europe Traitée*, fasc. 1245, 2024.

⁸³ Vie publique, « Le règlement européen sur les services numériques (DSA) vise une responsabilisation des plateformes », 4 août 2025, dernière consultation le 18 août 2025, disponible sur : <https://www.vie-publique.fr/eclairage/285115-dsa-le-reglement-sur-les-services-numeriques-ou-digital-service-act>.

Section 2 - Une adaptation jurisprudentielle aux enjeux contemporains de la fast fashion

La jurisprudence est amenée à s'adapter aux enjeux contemporains de la fast fashion afin d'assurer une protection plus efficace des créations de mode. D'une part, les juges ont récemment reconnu l'originalité de certaines d'entre elles (I), ce qui renforce la légitimité de la protection par le droit d'auteur dans ce secteur. D'autre part, la jurisprudence tend à privilégier l'action en parasitisme comme outil de protection, en raison de son efficacité face aux pratiques de la fast fashion ; là où l'action en contrefaçon se révèle parfois insuffisante (II).

I. L'appréciation de l'originalité par les juges

Traditionnellement, les tribunaux restent très stricts quant à l'appréciation de l'originalité d'une œuvre, notamment en matière d'œuvres d'art appliqué. En effet, les créations de mode suivent une tendance et peuvent manquer d'originalité, au sens du droit d'auteur. Les créateurs préfèrent ainsi fonder leurs actions sur la concurrence déloyale ou le parasitisme, pour obtenir réparation de leur préjudice.

La jurisprudence récente a toutefois admis la contrefaçon de droit d'auteur pour une œuvre d'art appliqué, ce qui atteste d'une évolution plutôt positive pour les créateurs de mode.

En effet, une juridiction danoise (Tribunal maritime et commercial de Copenhague) a accordé le 9 août 2024 la protection par le droit d'auteur à la forme de la "Buckle Ballerina" de la société GANNI. Le défendeur, la société américaine de fast fashion STEVE MADDEN, est désormais interdit de commercialiser sur le territoire danois les chaussures "Grand Eve", jugées trop similaires.

En s'appuyant sur l'arrêt Cofemel de la CJUE⁸⁴, le tribunal a reconnu que le design de la Buckle Ballerina pouvait bénéficier de la protection du droit d'auteur en tant qu'œuvre d'art appliqué. Jusqu'à cet arrêt, les tribunaux danois montraient une certaine réticence pour reconnaître ce statut aux créations de mode. Toutefois, cette décision indique que «

⁸⁴ cf : *supra*. p.16.

l'assemblage unique des éléments de design, la forme fine et féminine, le bout pointu contrastant avec l'angularité de la semelle, les boucles et les rivets inspirés du style punk, constituent l'expression intellectuelle propre du designer de GANNI, Emmelie Karlström »⁸⁵.

La société GANNI estimait, effectivement, que le modèle "Grand Eve" était une copie quasi-identique de la "Buckle Ballerina" ; le tribunal confirmant ce point de vue, en indiquant que l'impression générale d'ensemble était trop similaire.

En conséquence, cette décision pourrait encourager d'autres créateurs à revendiquer leurs droits d'auteur sur des créations de mode, qui sont traditionnellement plus difficiles à protéger. Également, cette décision pourrait dissuader d'autres entreprises de fast fashion d'imiter des créations protégées par des droits de propriété intellectuelle.

L'entreprise de fast fashion STEVE MADDEN fait aussi l'objet d'accusations en France. En effet, en début d'année 2025, la maison de couture LOUIS VUITTON l'a assigné en justice pour avoir créé une copie - quasi-identique - de l'un de ses sacs. La CJUE a été saisie par le Tribunal judiciaire de Paris⁸⁶. Si la décision n'a pas encore été rendue, cette récente affaire illustre une nouvelle fois les pratiques d'imitations réalisées par les entreprises de fast fashion, surtout lorsqu'il s'agit du secteur du luxe. Il convient alors de rester informé afin de connaître la future décision des juges européens sur cette affaire, et si la contrefaçon de droit d'auteur sera appréciée ou non par la CJUE.

Puis, le 7 février 2025, le Tribunal judiciaire de Paris a également rendu une décision notable dans une affaire opposant la société HERMÈS à la société BLAO&CO. Ce litige a soulevé des questions essentielles concernant la protection des œuvres de design par le droit d'auteur, mais également en matière de contrefaçon de marques.

HERMÈS a soutenu que « les sacs "Paisley Jane" de BLAO&CO constituaient une reproduction non autorisée de leurs modèles "Kelly" et "Birkin", protégés par le droit

⁸⁵ Tribunal maritime et commercial de Copenhague, Cas BS-25562/2024-SHR, 9 août 2024.

⁸⁶ TJ de Paris, 3e ch., 2e sect., 14 fév. 2025, n°23/10936

d'auteur en raison de leur originalité »⁸⁷. De plus, HERMÈS a affirmé que BLAO&CO utilisaient, sans autorisation, leur marque tridimensionnelle enregistrée, notamment le fermoir caractéristique des sacs HERMÈS.

BLAO&CO a contesté l'originalité des sacs, arguant que leurs caractéristiques étaient communes à de nombreux sacs à main, ou dictés par des contraintes techniques, et a également nié toute contrefaçon de marque en affirmant que les éléments utilisés étaient génériques et ne portaient pas atteinte aux droits d'HERMÈS.

Premièrement, concernant l'originalité, le Tribunal judiciaire a indiqué que le sac "Kelly" présente une forme trapézoïdale avec des soufflets latéraux, un rabat découpé, un système de fermeture spécifique, une poignée particulière, quatre clous de base et une bandoulière amovible. Quant au sac "Birkin", il dispose d'une forme légèrement rectangulaire, un rabat avec une découpe à trois encoches, un système de fermeture spécifique, deux poignets particulières, des soufflets spécifiques et quatre clous de base. Le tribunal a conclu que « ces caractéristiques résultent de choix libres et créatifs, conférant aux sacs une physionomie propre et reconnaissable, satisfaisant au critère d'originalité requis pour la protection par le droit d'auteur »⁸⁸.

Deuxièmement, le tribunal a reconnu la contrefaçon de marque par BLAO&CO, en indiquant que les sacs "Pailsey Jane" reproduisaient le fermoir de manière identique ou similaire, créant un risque de confusion dans l'esprit du public.

Cette jurisprudence est importante en matière de protection des œuvres de design et de marques dans l'industrie de la mode. Elle souligne la reconnaissance de l'originalité des créations de mode en tant qu'œuvres originales et protégées par le droit d'auteur, et « réaffirme la protection accordée aux marques tridimensionnelles contre les actes de contrefaçon »⁸⁹.

⁸⁷ DREYFUS (N.), « Protection des sacs iconiques Kelly et Birkin : décision du Tribunal judiciaire de Paris du 7 février 2025 », 13 mars 2025, dernière consultation le 17 août 2025, disponible sur <https://www.dreyfus.fr/2025/03/13/protection-des-sacs-iconiques-kelly-et-birkin-decision-du-tribunal-judiciaire-de-paris-du-7-fevrier-2025/>

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

Si le parasitisme ne peut être une solution de repli de la contrefaçon, comme évoqué dans la première partie de cette étude, il constitue néanmoins un fondement autonome permettant de sanctionner certains comportements dans l'industrie de la mode, lorsque l'action en contrefaçon s'avère impossible, faute de droits exclusifs.

II. Le parasitisme, une alternative en l'absence de droits exclusifs

Le parasitisme se définit comme « une pratique où une entreprise - ou un individu - exploite les efforts, la créativité ou la renommée d'un tiers, sans lui accorder de compensation ou de reconnaissance appropriée »⁹⁰.

Cette pratique est souvent considérée comme une forme de concurrence déloyale, car une entreprise coupable de parasitisme va s'appuyer sur le travail et sur la réputation d'une autre, pour en tirer profit, tout en minimisant (ou en ignorant) le travail initial réalisé. En pratique, le parasitisme se manifeste par la reproduction ou l'imitation d'un produit, d'une marque ou d'une œuvre, sans l'autorisation du titulaire.

Bien qu'il soit essentiel de distinguer les notions de parasitisme, de concurrence déloyale et de contrefaçon, ce sont des notions profondément liées. En effet, Maître Murielle Cahen considère le parasitisme comme un « quasi droit de la propriété intellectuelle »⁹¹. Selon elle, c'est un concept juridique qui suscite un intérêt croissant au sein des débats contemporains sur la propriété intellectuelle.

Comme elle l'indique, « dans un monde où l'innovation et la créativité sont des moteurs essentiels de la croissance économique, le parasitisme met en lumière les tensions qui peuvent exister entre la protection des droits de propriété intellectuelle d'une part, et les besoins de garantir une concurrence saine et loyale sur les marchés, d'autre part »⁹².

La Cour de cassation, dans son arrêt du 24 juin 2024, a rappelé que « le parasitisme économique sanctionne le comportement d'un opérateur qui profite indûment des efforts et

⁹⁰ CAHEN (M.), « Parasitisme : un quasi droit de propriété intellectuelle ? », 2 juillet 2025, dernière consultation le 17 août 2025, disponible sur <https://www.murielle-cahen.fr/parasitisme-un-quasi-droit-de-propriete-intellectuelle/>.

⁹¹ Ibid.

⁹² Ibid.

investissements d'un concurrent, sans avoir consenti les mêmes efforts et investissements, portant ainsi atteinte à la loyauté de la concurrence »⁹³.

Le parasitisme constitue alors une alternative intéressante pour les créateurs de mode, qui peuvent profiter d'une réparation - du moment qu'il existe un préjudice conformément à l'article 1240 du Code civil - même si la contrefaçon n'a pas été retenue par les juges.

Ainsi, à la différence des droits de propriété intellectuelle, le parasitisme ne confère pas un monopole d'exploitation sur les créations. Il repose sur la sanction d'un comportement fautif qui consiste à s'approprier indûment les efforts et les investissements d'un autre.

Pour autant, il est fréquent que les juges admettent plus facilement la faute de parasitisme lorsque sont en cause des œuvres d'art appliqué, et notamment des créations de mode. C'est pour cela que les titulaires de droit fondent directement, ou à titre subsidiaire, leur action sur la faute de parasitisme⁹⁴.

C'est notamment le cas dans un arrêt opposant la société de fast fashion ZARA et la maison de couture DIOR. La Cour d'appel de Paris, dans cet arrêt rendu le 1er février 2022, a jugé que ZARA avait commis des actes de parasitisme à l'encontre de DIOR, en « essayant de capter à leur profit, l'univers propre à la célèbre maison de couture Dior ». Dans cet arrêt, l'univers entier d'une maison de couture et d'une collection a été repris par ZARA. Pour autant, « la cour constate que l'intimée ne revendique aucun monopole spécifique sur ces matières et accessoires [...] étant en outre rappelé que le présent litige ne s'inscrit pas dans un contexte de contrefaçon de droit d'auteur »⁹⁵.

Par conséquent, il n'est pas rare que les titulaires de droit de propriété intellectuelle fondent leur action en justice sur la faute du parasitisme ; sans lequel il serait plus difficile d'obtenir réparation d'un préjudice.

⁹³ Cass. Com., 26 juin 2024, n°22-17.647.

⁹⁴ *cf. supra.* p. 37.

⁹⁵ BOUCHE (N.), LARRIEU (J.), « Protections diverses, concurrence déloyale, parasitisme », *PI* avril 2022, LexisNexis, n°4.

La victime de parasitisme doit « identifier une valeur économique individualisée qui a été indûment captée par le parasite »⁹⁶. Ainsi, selon Nicolas BOUCHE et Jacques LARRIEU, l'univers particulier des collections de couture, qui sont le fruit d'un travail et d'un savoir-faire spécifique, valorisés par une communication qui repose sur de lourds investissements, peut caractériser une telle valeur économique.

Les maisons de luxe ont alors tout intérêt à intenter des actions à l'encontre des entreprises de fast fashion sur le fondement du parasitisme, au détriment des actions en contrefaçon, puisque les investissements financiers qu'elles réalisent pour chacune de leurs collections ne peuvent être indûment perçus par ces derniers.

La faute et le préjudice seront ainsi directement caractérisés par les juges, puisque les entreprises de fast fashion, de par le nombre d'imitation qu'elles produisent chaque jour, se contentent de profiter indûment des investissements des maisons de luxe - ou même des petits créateurs.

Pour conclure, si les designers ne déposent que très rarement des dessins et modèles, et que leurs créations ne bénéficient pas de la protection du droit d'auteur pour manque d'originalité, les investissements effectués sont bien présents ; les entreprises de fast fashion ne pouvant alors échapper aux sanctions.

Au-delà du cadre strictement juridique, les créateurs de mode peuvent avoir recours à des dispositifs complémentaires et extra-juridiques, qui permettent de renforcer la protection de leurs créations. Ces moyens pourront, à terme, permettre de régulariser la fast fashion, et d'aider le droit de la propriété intellectuelle à renforcer une certaine sécurité à l'encontre de ces pratiques d'imitation massives.

⁹⁶ *Op. cit.*, BOUCHE (N.), LARRIEU (J.), « Protections diverses, concurrence déloyale, parasitisme », *PI* avril 2022, LexisNexis, n°4.

Chapitre 2 - L'apport des dispositifs extra-juridiques dans la protection des créations de mode

Si le droit de la propriété intellectuelle peine aujourd'hui à offrir une protection pleinement efficace aux créations de mode, d'autres dispositifs extra-juridiques apparaissent comme des supports pertinents et dissuasifs. En effet, ils permettent de renforcer la sécurité juridique des créateurs, tout en contribuant à encadrer l'industrie de la fast fashion et à en limiter les dérives.

Tout d'abord, l'innovation technologique constitue un levier de protection supplémentaire aux créations de mode (**section 1**). En effet, ces dernières années ont été marquées par l'émergence de technologies puissantes, qui ont permis de développer de nouveaux outils désormais nécessaires à la lutte contre la contrefaçon. Puis, c'est l'essor de la mode circulaire qui, en apportant une dimension éthique et durable au secteur de la mode, contribue à réguler l'industrie de la fast fashion, et indirectement, à limiter ses impacts sur les créations de mode (**section 2**).

Section 1 - L'innovation technologique comme levier de protection supplémentaire

L'émergence des nouvelles technologies a permis d'appréhender de nouvelles perspectives pour la protection des créations de mode, notamment face aux défis posés par le développement de la contrefaçon en ligne sur les plateformes de fast fashion.

Parmi ces nouvelles technologies, l'intelligence artificielle se trouve être un outil efficace pour détecter les contrefaçons (**I**). Elle permet de pallier les nombreuses difficultés rencontrées par les créateurs de mode dans la surveillance de leurs œuvres, ou autres créations protégées par un droit de propriété intellectuelle. Par ailleurs, la blockchain (ou "chaîne de blocs"), s'avère être un instrument fiable pour garantir la protection des droits exclusifs (**II**), et connaît un usage croissant au sein même des entreprises.

I. L'intelligence artificielle au service de la détection de la contrefaçon en ligne

Si la contrefaçon en ligne n'est pas un phénomène récent, elle reste à ce jour une menace persistante. L'émergence des entreprises de fast fashion, mais surtout d'ultra fast fashion, qui ne sont présentes que par le biais de sites e-commerce ou de marketplaces, favorise le risque de contrefaçon en ligne. Il est alors nécessaire de parvenir à les détecter rapidement, pour renforcer la protection des titulaires de droits de propriété intellectuelle.

L'intelligence artificielle (IA), malgré ses dérives, se présente comme une solution innovante et efficace pour détecter les produits contrefaisants.

Tout d'abord, l'IA est définie par le Parlement européen comme « la possibilité pour une machine de reproduire des comportements liés aux humains, tels que le raisonnement, la planification et la créativité »⁹⁷. Ainsi, ce nouvel outil technologique « permet à des systèmes techniques de percevoir leur environnement, gérer ses perceptions, résoudre des problèmes et entreprendre des actions pour atteindre un but précis »⁹⁸.

Grâce à des algorithmes spécifiques, l'IA peut analyser de nombreuses données qui proviennent de différentes plateformes en ligne. Ces outils peuvent ainsi être programmés pour rechercher des produits contrefaisants, notamment en matière de marques : similitudes entre les logos, entre des marques verbales, semi-figuratives.

Toutefois, à ce jour, l'IA est perçue comme une menace pour les titulaires de droit. En effet, elle fait l'objet de nombreuses dérives, notamment en matière de contrefaçon. Pourtant, il semble qu'elle soit considérée comme un futur levier d'action pour la défense des droits de propriété intellectuelle.

A cet effet, transposée au secteur de la mode, l'IA pourrait être un outil pertinent pour identifier les multiples reproductions illicites commercialisées sur les plateformes e-commerce ou marketplaces. La rapidité du renouvellement des collections rend particulièrement difficile l'intervention des titulaires de droit pour protéger leurs créations. Dès lors, cette nouvelle technologie, capable d'analyser de nombreuses données, mais

⁹⁷ Parlement européen, « Intelligence artificielle : définition et utilisation », *Thèmes*, 7 sept. 2020.

⁹⁸ *Ibid.*

aussi de repérer immédiatement des signes distinctifs identiques ou similaires, paraît être un outil indispensable.

C'est notamment en matière de droit d'auteur que l'IA s'impose comme une solution cruciale dans la défense de la création. Selon Jean-Baptiste Leca, « les capacités de détection automatisée des systèmes d'IA permettent désormais de traquer les infractions à une vitesse et une échelle inédite »⁹⁹. La détection des contrefaçons de droit d'auteur par cet outil viendrait nécessairement aider les juges à déterminer si une œuvre est, ou non, originale.

Par conséquent, cet outil pourrait être une arme redoutable pour assurer la protection des créations de mode, et limiter ainsi les reproductions massives et illicites de ces créations sur les plateformes en ligne, notamment pour les entreprises d'ultra fast fashion telles que SHEIN et TEMU.

Cependant, il convient de s'interroger sur les dérives que pourrait engendrer l'utilisation de l'intelligence artificielle pour "traquer" les contrefaçons en ligne. En effet, si cet outil pourrait devenir un incontournable pour assurer une protection efficace des droits de propriété intellectuelle, son utilisation doit rester encadrée.

Pour bénéficier de la protection du droit d'auteur, l'œuvre doit être originale. Or, comme l'indique Jean-Baptiste Leca, « l'algorithme, même le plus sophistiqué, paraît mal armé pour apprécier la liberté créative, éminemment subjective et arbitraire, de l'auteur d'une œuvre »¹⁰⁰. L'empreinte de la personnalité de l'auteur est une appréciation qui reste du ressort de l'humain. En outre, les systèmes d'IA fonctionnent par « corrélation, similarité, occurrence statistique... autant d'indicateurs qui peuvent signaler une reproduction, sans pour autant attester de l'existence d'une véritable originalité »¹⁰¹.

Ceci révèle alors la complexité de l'utilisation de l'IA dans la surveillance des contrefaçons en ligne, bien qu'elle puisse potentiellement être un atout majeur pour les titulaires de droit, face à cette multiplication des imitations illicites sur les plateformes en

⁹⁹ LECA (J. B), « L'intelligence artificielle au secours du droit d'auteur ou la tentation du copyright trolling », *Gazette du Palais* 25 juin 2025, Lextenso, n°21.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Ibid.

ligne. En d'autres termes, « la technologie ne saurait être qu'un relais et jamais un substitut »¹⁰².

Par conséquent, ce nouveau dispositif de protection extra-juridique peut être utilisé pour assurer une protection plus efficace aux titulaires de droit, tout en l'utilisant de manière limitée, pour en contourner les dérives.

II. La blockchain, un outil efficace dans la protection des droits exclusifs

Développée à partir de 2008, la chaîne de blocs est, en premier lieu, une « technologie de stockage et de transmission d'informations. Elle est un registre ou encore une grande base de données, offrant de hauts standards de transparence et de sécurité »¹⁰³.

La blockchain est principalement utilisée pour les transactions financières, notamment à travers les cryptomonnaies telles que le Bitcoin. Cependant, son champ d'application s'est considérablement élargi. Cette technologie présente des avantages notables en matière de propriété intellectuelle.

L'étude des liens entre la blockchain et la propriété intellectuelle n'est pas récente. En 2018, Laurence Joly, directrice de l'Observatoire de la propriété intellectuelle, s'est demandé si la blockchain était une révolution pour la propriété intellectuelle en étudiant dans quelles circonstances cet outil pouvait être utilisé : datation des créations, systèmes de gestion de la rémunération d'ayants droit avec des “*smart contracts*”, la gestion de la titularité et de l'exploitation des droits... Mais surtout, des projets d'amélioration de la lutte contre la contrefaçon, en utilisant la blockchain pour améliorer la traçabilité des produits¹⁰⁴.

Dans son étude sur la blockchain et la propriété intellectuelle, Iris M. Barsan indique en effet que la blockchain présente des avantages significatifs pour ce secteur. Notamment,

¹⁰² *Op. cit.*, LECA (J. B), « L'intelligence artificielle au secours du droit d'auteur ou la tentation du copyright trolling », *Gazette du Palais* 25 juin 2025, Lextenso, n°21.

¹⁰³ Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, « Qu'est-ce-que la chaîne de blocs (Blockchain) ? », 20 janv. 2025, dernière consultation le 21 août 2025, disponible sur <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/developper-son-entreprise/innover-et-numeriser-son-entreprise/que-st-ce-que-la-chaîne-de-la-cha-ne-de-blocs-blockchain-d-0>

¹⁰⁴ JOLY (L.), « La blockchain est-elle une révolution pour la propriété industrielle ? », *Dalloz IP/IT*, 19 oct. 2018, 536.

elle peut être utilisée comme un outil probatoire, afin d'améliorer la preuve des droits de propriété intellectuelle, mais aussi comme un outil de traçabilité, pour lutter contre la contrefaçon¹⁰⁵.

Premièrement, la blockchain peut être utile en matière de preuve, tant pour les procédures administratives d'enregistrement des droits de propriété industrielle, que pour le droit d'auteur. Comme indiqué dans la première partie de ce mémoire, l'enregistrement d'une marque ou d'un dessin et modèle prend souvent un certain temps (malgré les récentes réformes) et est relativement coûteux, ce qui dissuade fortement les créateurs de mode de se protéger efficacement. La blockchain permettrait en effet de simplifier les procédures et d'inciter les créateurs à déposer des titres de propriété industrielle, mais cela suppose « que le législateur manifeste une volonté en ce sens »¹⁰⁶.

En ce qui concerne la protection d'une œuvre par le biais du droit d'auteur, la blockchain permettrait, selon Iris M. Barsan, « d'enregistrer et d'horodater le processus de création sans pour autant dévoiler son contenu »¹⁰⁷. L'avantage serait alors de lutter contre l'appropriation induite d'une idée. Pour protéger une œuvre en cours de création, un créateur pourrait ainsi enregistrer à bas coûts et rapidement une "empreinte digitale" de sa création.

Cette méthode consisterait alors à remplacer le dépôt de l'enveloppe Soleau, qui permet de garantir la date de création de l'œuvre que l'on veut protéger, afin, en cas de contrefaçon, jouer de l'antériorité de l'œuvre pour se défendre et obtenir réparation du préjudice. Cette enveloppe Soleau est à faire constater par huissier, représente un coût important, et dans le secteur de la mode, il est presque impossible de déposer une enveloppe Soleau pour chaque création.

Ainsi, l'émergence de la blockchain représente des perspectives d'économies pour les créateurs de mode et une efficacité non négligeable.

Deuxièmement, cet outil peut être utilisé pour assurer la traçabilité et lutter contre la contrefaçon, notamment dans l'industrie du luxe. En effet, « si tous les produits de luxe

¹⁰⁵ M.BARSAN (I.), « Blockchain - Blockchain et propriété intellectuelle », *Communication Commerce électronique*, avril 2020, LexisNexis, n°4, étude 7.

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Ibid.

d'une marque sont enregistrés sur une blockchain, par application du principe d'exclusion, un produit qui n'y figure pas ne peut pas être vrai »¹⁰⁸.

Pour finir, la blockchain permettrait, en matière de marques, de prouver l'exploitation réelle et sérieuse de l'une d'elles pour se défendre en cas d'action en déchéance, ou dans le cas d'une procédure d'opposition.

La blockchain présente toutefois certaines limites. Comme l'indique Iris M. Barsan, « la blockchain seule ne pourra pas identifier une copie, qu'elle soit servile ou pas »¹⁰⁹. Ainsi, si un contrefacteur tente d'enregistrer une copie d'un produit de luxe sur la blockchain, celle-ci le traitera comme un produit différent de l'original. Dans ce cas, le recours à l'intelligence artificielle pourrait être d'une grande utilité¹¹⁰.

A ce jour, la loi française ne prévoit pas de statut juridique spécifique pour la preuve par blockchain. Néanmoins, comme l'affirme l'article L.716-4-7 du CPI, « la contrefaçon peut être prouvée par tous moyens ». Il a d'ailleurs été affirmé par le gouvernement que la preuve de la blockchain doit être appréciée par les juridictions, selon les principes généraux du droit de la preuve.

Récemment, les juridictions françaises ont, pour la première fois, reconnu de manière explicite le recours à la blockchain comme moyen de preuve.

En effet, le 20 mars 2025, le Tribunal judiciaire de Marseille valide une preuve fondée sur la blockchain pour établir la titularité d'un droit d'auteur. Dans cet arrêt, une société reprochait la commercialisation de vêtements imitant ses propres créations. Pour prouver la titularité de ses droits, la société demanderesse a présenté les croquis de ses modèles, dont les empreintes numériques avaient été enregistrées sur une blockchain. Les juges ont reconnu la fiabilité de cette preuve, d'autant plus que deux constats d'huissiers, fondés sur cet horodatage blockchain ont permis d'établir la certitude de la qualité des titulaires des droits d'auteur. Les actes de contrefaçon ont été admis par les juges¹¹¹.

¹⁰⁸ Op. cit., M.BARSAN (I.), « Blockchain - Blockchain et propriété intellectuelle », *Communication Commerce électronique*, avril 2020, LexisNexis, n°4, étude 7.

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ cf. *supra*. p. 55.

¹¹¹ TJ de Marseille, 1^{re} ch. civ., 20 mars 2025, RG 23/00046.

En somme, l'intelligence artificielle et la blockchain apparaissent comme des outils efficaces et prometteurs dans la protection des créations de mode, afin de lutter contre les diverses contrefaçons réalisées par les entreprises de fast fashion. Elles offrent des éléments concrets en matière probatoire. Par ces outils, les créateurs de mode pourraient protéger plus rapidement et à moindre coût leurs créations. Ils bénéficieraient ainsi d'une protection idéale. Ces outils permettraient également de lutter contre la contrefaçon et donc, indirectement, de limiter les dérives de la fast fashion. Toutefois, ils présentent aussi des limites, et il convient alors de les utiliser avec prudence, afin d'éviter de créer de nouvelles problématiques.

Section 2 - La mode circulaire en faveur de la protection des créations de mode

La mode circulaire n'est pas considérée comme un levier juridique de protection supplémentaire aux créations de mode. Toutefois, en favorisant des pratiques éthiques et durables, elle contribue à freiner efficacement les dérives de l'industrie de la fast fashion **(I)**. Au-delà de ses effets sur les pratiques de consommation, la mode circulaire soulève des enjeux spécifiques sur la propriété intellectuelle **(II)**, et il est nécessaire d'encadrer ce nouveau mode de production afin de prévenir toute atteinte aux droits exclusifs.

I. La mode éthique et durable face à la fast fashion

La mode durable se présente comme une réponse directe aux excès et aux dérives de l'industrie de la fast fashion. Tandis que cette dernière repose sur un modèle économique basé sur la production rapide et à bas coûts, la mode durable privilégie la qualité et la pérennité des vêtements et accessoires, ainsi que le respect des normes environnementales.

On parle aussi de "mode éthique", puisqu'elle veille au respect des normes sociales, en prenant en considération, au sein même de son processus de création et de production, le respect des conditions de travail.

La mode éthique et durable défend les principes de l'économie circulaire et vise ainsi à minimiser l'impact négatif de l'industrie de la mode sur l'environnement. À l'inverse des entreprises de fast fashion, la transparence est l'un de ses principes les plus importants. En

effet, la transparence permet aux consommateurs d'être informés de l'origine des produits, ainsi que de leurs conditions de production.

En France, le marché de la mode éthique semble connaître une croissance significative et de nombreuses entreprises se démarquent désormais par leur engagement dans cette mode circulaire. Dans l'industrie du luxe, ce marché s'est également développé ; ce changement étant en partie motivé par les nouvelles attentes des consommateurs, qui sont désormais plus sensibles aux enjeux écologiques.

Ainsi, par opposition à la "fast fashion", est apparue depuis quelques années la "slow fashion", qui consiste à produire de manière plus responsable, en prenant en compte le respect de l'environnement. Ce nouveau modèle économique encourage les consommateurs à adopter des modes de consommation plus réfléchis, tels que la seconde main, le recyclage, ou encore l'upcycling. En effet, comme l'indique Marianne Schaffner, « le développement durable est une tendance de fond appelée à devenir la norme »¹¹². Elle ajoute que « fabriquer et commercialiser des produits de mode à l'échelle mondiale a un tel impact sur l'environnement que les pratiques de développement durable ne peuvent que gagner du terrain »¹¹³. C'est pourquoi la slow fashion est apparue comme une alternative efficace pour limiter les dérives de la fast fashion.

La mode éthique et durable, ou encore la slow fashion, ne se limite pas à une simple alternative pour une mode plus responsable. Cette mode circulaire permet, indirectement, de limiter les atteintes aux droits de propriété intellectuelle, puisqu'en privilégiant la qualité et la longévité des produits, elle valorise en parallèle la recherche de créativité et d'originalité. Toutefois, il convient d'indiquer que si ces nouvelles pratiques tendent à limiter une certaine "culture de la copie", elles posent aussi, de manière contradictoire, de nouveaux enjeux en matière de respect des droits de propriété intellectuelle.

¹¹² SCHAFFNER (M.), « Up-cycling - Droit des marques et up-cycling dans le domaine de la mode », *Communication Commerce électronique*, juillet-août 2023, LexisNexis, n°7-8, étude 15.

¹¹³ Ibid.

II. Les enjeux de la mode circulaire sur la propriété intellectuelle

Depuis quelques années, la mode durable transforme les habitudes des consommateurs. C'est la raison pour laquelle l'industrie de la fast fashion pourrait, à terme, être exclue du marché du textile, en particulier les entreprises d'ultra fast fashion.

En effet, les conséquences environnementales sont telles qu'il devient nécessaire de trouver des alternatives plus durables et d'encourager les consommateurs à privilégier des pratiques de consommation responsables et plus soucieuses de l'environnement. Ces nouvelles pratiques de consommation contribuent à la protection des créations de mode, en limitant la fast fashion et, indirectement, la contrefaçon.

Cependant, la mode circulaire soulève certaines limites en matière de respect des droits de propriété intellectuelle. Il est donc essentiel d'encadrer ce mode de production afin d'assurer une protection efficace aux créations de mode, tout en favorisant des pratiques durables et responsables, qui pourraient contribuer à freiner les impacts de la fast fashion.

C'est notamment ce que l'on appelle "l'upcycling" qui pose des défis en matière de propriété intellectuelle.

L'upcycling consiste en « la création de nouveaux produits à partir de produits authentiques susceptibles d'être protégés, sans transformation de la matière première que l'on utilise »¹¹⁴. La difficulté réside dans le fait que sont commercialisées de nouvelles créations, auxquelles sont incorporés des éléments protégés par un droit de propriété intellectuelle. La question qui se pose alors est de savoir si le produit *up-cyclé* est un produit contrefaisant, notamment en matière de droit des marques et de dessin et modèle.

En effet, il arrive fréquemment que ces produits *up-cyclé* reprennent à l'identique la marque ou le dessin et modèle protégé, puisque, comme l'indique Marianne Schaffner, « l'élément de l'objet de mode est repris en tant que tel et est utilisé pour créer un nouveau produit »¹¹⁵.

¹¹⁴ *Op. cit.*, SCHAFFNER (M.), « Up-cycling - Droit des marques et up-cycling dans le domaine de la mode », *Communication Commerce électronique*, juillet-août 2023, LexisNexis, n°7-8, étude 15.

¹¹⁵ *Ibid.*

Également, la commercialisation d'un produit *up-cyclé* peut être problématique en matière d'atteinte aux droits des marques. En effet, celui qui est considéré comme "*l'up-cycler*" ne peut faire usage de la marque pour désigner le produit sans le consentement du titulaire des droits, conformément aux articles L.713-2 et L.713-3 du CPI.

A titre d'exemple, le 10 avril 2025, le Tribunal judiciaire de Paris a condamné la Société Atelier R&C pour contrefaçon de droits d'auteur, de marque et parasitisme, à raison de la commercialisation de vestes confectionnées à partir de foulards HERMÈS, revendiquée comme une pratique d'upcycling. Selon les juges, « la transformation des foulards constitue une nouvelle reproduction des œuvres et l'usage de la marque HERMÈS visait à tirer indûment profit de sa notoriété ».

L'upcycling illustre ainsi une tension fondamentale : il répond à des objectifs environnementaux et à une consommation plus durable susceptible de limiter l'expansion des entreprises de fast fashion, mais en parallèle, il peut fragiliser le système de protection des droits de propriété intellectuelle.

En définitive, la mode circulaire et plus particulièrement l'upcycling, révèlent toute la complexité de l'industrie textile.

D'une part, ces pratiques s'inscrivent dans une démarche plutôt vertueuse, qui répond à des impératifs environnementaux et participe à l'émergence d'un modèle de consommation responsable susceptible de freiner l'expansion de la fast fashion et de ses dérives.

D'autre part, elles viennent fragiliser le cadre juridique existant en matière de propriété intellectuelle, en portant atteinte aux droits des titulaires, face à la réutilisation d'éléments protégés.

Ainsi, la mode circulaire peut être une solution efficace pour limiter les impacts des entreprises de fast fashion et assurer une protection effective des créations de mode, dans la mesure où la mode éthique pourrait, à terme, freiner son expansion. Néanmoins, elle ne peut être envisagée sans une réflexion approfondie, qui nécessiteront à l'avenir d'adapter le droit à ces nouvelles pratiques.

CONCLUSION

Ce mémoire de recherche a pour intérêt de mettre en évidence les limites actuelles du droit de la propriété intellectuelle dans la protection des créations de mode, qui sont aujourd'hui fragilisées par le modèle économique de la fast fashion. Ce modèle économique, basé sur l'imitation, la vitesse et la reproduction de masse a transformé les pratiques traditionnelles de création, en banalisant la contrefaçon.

En effet, il s'appuie sur les faiblesses du droit de la propriété intellectuelle pour les exploiter de manière stratégique, notamment en tirant avantage de cette zone floue juridique qui existe entre inspiration légitime et imitation prohibée. L'industrie de la fast fashion s'impose encore aujourd'hui comme un modèle économique dominant, pour lequel il devient absolument nécessaire de trouver des solutions pour en limiter les impacts. Selon Marie Malaurie-Vignal, cette culture de la copie tend à un affaiblissement des maisons de mode, et « conduit à un cercle non vertueux de renouvellement des collections, ce qui est, à l'heure du développement durable, contestable »¹¹⁶.

Face à ces enjeux, cette étude examine les différentes possibilités pour réguler l'industrie de la fast fashion. Le cadre juridique actuel doit ainsi faire l'objet d'un aménagement, tant par l'harmonisation des droits de propriété intellectuelle à l'échelle mondiale pour renforcer la protection et simplifier les procédures de dépôts, que par un renforcement du cadre législatif et jurisprudentiel, destinés à limiter ces atteintes aux droits exclusifs, ainsi qu'à dissuader les entreprises de fast fashion de recourir à de telles pratiques contrefaisantes.

En profitant également de l'apport de dispositifs extra-juridiques, qui à l'avenir deviendront des outils essentiels dans la protection des créations de mode, le droit de la propriété intellectuelle dispose désormais de multiples solutions pour freiner cette industrie et ces pratiques d'imitation incessantes. Par ailleurs, l'essor de la mode circulaire et le changement dans les habitudes de consommation ces dernières années favorisent le

¹¹⁶ *Op. cit.*, MALAURIE-VIGNAL (M.), « Concurrence déloyale et parasitisme dans le secteur de la mode - Des concepts juridiques au service de l'économie de la mode », *Contrats, concurrence, consommation*, n°1, LexisNexis, janv. 2023, étude 1.

développement de pratiques plus responsables et durables, qui contribuera - à terme - à limiter l'expansion du modèle économique de la fast fashion.

En conclusion, si l'étude des relations entre la mode et le droit semble surprenante, elle est en fait primordiale. Elle soulève en effet de nombreuses problématiques, touchant des secteurs variés (tels que la propriété intellectuelle, l'environnement, l'éthique et l'économie). Ainsi, pour tenter de trouver des solutions aux enjeux liés à la propriété intellectuelle et à l'industrie du textile, il est nécessaire de tenir compte de l'ensemble de ces domaines.

Si le droit de la propriété intellectuelle est aujourd'hui à l'épreuve de la fast fashion, il tend évoluer de manière positive pour pallier ce modèle économique et assurer une protection effective des créations de mode.

BIBLIOGRAPHIE

I. Ouvrages

BASIRE (Y.), LE GOFFIC (C.), *L'essentiel du droit de la propriété intellectuelle*, Gualino, Les Carrés, 3e éd., p.15

DANET (A.), ALMEIDA KATO (M.), BADRAN (S.), DERAEDT (C.), *Mode et droit, Droit et Science Politique*, Mare & Martin, 2024, 166 p

II. Articles de doctrine

A. Fascicules

BERNAULT (C.), « Droit des auteurs. - Contrefaçon et étendue du droit d'auteur (CPI, art. L.122-4) », *J-CL Civil Annexes, Propriété littéraire et artistique*, fasc. 1267, 2024.

GREFFE (P.), « Concurrence déloyale et concurrence parasitaire », *J-CL, Marques-Dessins et modèles*, fasc. 3495, 2022.

VERGNOLLE (S.), « Les plateformes en lignes - Le règlement sur les services numériques (DSA) », *J-CL, Europe Traité*, fasc. 1245, 2024.

B. Articles de revues

BERNAULT (C.), « Droit d'auteur et droit des dessins et modèles, nouvelles condamnations du cumul total ou de plein droit », *LEPI* juin 2017, Lextenso, n°6, p.4.

BOUCHE (N.), LARRIEU (J.), « Protections diverses, concurrence déloyale, parasitisme », *PI* avril 2022, LexisNexis, n°4.

GREFFE (P.), « Un an de jurisprudence en droit des dessins et modèles », *PI* juill. 2025, LexisNexis, n°7-8, p.37.

JOLY (L.), « La blockchain est-elle une révolution pour la propriété industrielle ? », *Dalloz IP/IT*, 19 oct. 2018, 536.

KAHN (A.E.), « Un an de droit de la mode », *PI* avril 2025, LexisNexis, n°4, Chron. 2.

LECA (J. B.), « L'intelligence artificielle au secours du droit d'auteur ou la tentation du copyright trolling », *Gazette du Palais* 25 juin 2025, Lextenso, n°21.

LE STANC (C.), « Pingti - Après les "dupes", les "pingti" », *PI* juin 2025, LexisNexis, n°6, repère 6.

MALAUURIE-VIGNAL (M.), « Concurrence déloyale et parasitisme dans le secteur de la mode - Des concepts juridiques au service de l'économie de la mode », *Contrats, concurrence, consommation*, n°1, LexisNexis, janv. 2023, étude 1.

MALAUURIE-VIGNAL (M.), « La copie d'un article de mode peut-elle devenir licite ? Réflexion sur les liens entre innovation et droits de propriété intellectuelle », *PI* août 2017, LexisNexis, n°7, étude 19.

MALAUURIE-VIGNAL (M.), LEGRAND (S.), « Les enjeux de la protection des créations de mode », *PI* oct. 2019, LexisNexis, étude 20.

M.BARSAN (I.), « Blockchain - Blockchain et propriété intellectuelle », *Communication Commerce électronique*, avril 2020, LexisNexis, n°4, étude 7.

PIERRE-LENFANT (G.), « Les dessins et modèles se modernisent à l'ère du numérique », *PI* 5 mai 2024, n°5.

PONTOIREAU (A.C.), « Panorama de l'articulation entre les actions en contrefaçon et en concurrence déloyale dans la protection des créations immatérielles », *Revue francophone de la propriété intellectuelle*, 29 nov. 2019, n°9.

SCHAFFNER (M.), « Up-cycling - Droit des marques et up-cycling dans le domaine de la mode », *Communication Commerce électronique*, juillet-août 2023, LexisNexis, n°7-8, étude 15.

C. Articles de mélanges

ELROD (C.), « The domino effect : How Inadequate Intellectual Property Rights in the Fashion Industry Affect Global Sustainability », in *Indiana journal of global legal studies*, Indiana University Press, 2017, n°2, p. 575-596.

D. Articles de presse

Agence France Presse, « L'ultra fast-fashion et sa déferlante de tenues », *La Gazette France*, 9 juin 2025, dernière consultation le 27 juillet 2025, disponible sur <https://www.lagazettefrance.fr/article/l-ultra-fast-fashion-et-sa-deferlante-de-tenues>.

RTL info, « Zara : copie ou inspiration ? Découvrez les secrets du géant de la mode », 16 oct. 2024, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur <https://www.rtl.be/actu/rtl-info-conso/zara-copie-ou-inspiration-decouvrez-les-secrets-du-geant-de-la-mode/2024-10-16/article/722381>.

SCAFIDI (S.), « La mode tant copiée, si peu protégée », 23 mai 2016, *Le Monde*, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur https://www.lemonde.fr/m-mode-business-of-fashion/article/2016/05/27/la-mode-tant-copiee-et-si-peu-protgee_4927488_4497393.html.

III. Lois, décrets, règlements, traités

Code de la propriété intellectuelle, art L.511-4

Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, 20 mars 1883, art 10

Guide de la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, art. 17 2.6.i)

Proposition de loi n°2129 visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile, art. 1er, Assemblée nationale

IV. Études, rapports et communiqués

DE MEO (S.), *Rapport sur la sécurité des produits et la conformité réglementaire dans le commerce électronique et les importations en provenance des tiers*, A10-0133/2025, Parlement européen, 2 juillet 2025.

Ministère de la Transition écologique, « REP textiles : l'exécutif dévoile la nouvelle feuille de route de la filière "pour une mode plus durable" », communiqué, 25 nov. 2022, *Energie - Environnement - Infrastructures* n°1, LexisNexis, janv. 2023, alerte 12.

Parlement européen, « Intelligence artificielle : définition et utilisation », *Thèmes*, 7 sept. 2020.

VALENTE LE HIR (S.), *Examen de la proposition de loi visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile*, Compte rendu intégral des débats, Sénat, 2 juin 2025.

V. Publications en ligne

ABRIAT (S.), « Faut-il légaliser la copie dans la mode ? », 1er janv. 2014, dernière consultation le 9 août 2025, disponible sur <https://accélérateurcitoyen.wordpress.com>

Amis de la Terre, « Quand la mode surchauffe », juin 2023, dernière consultation le 13 août 2025, disponible sur <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>.

Arénaire Intellectual Property, « Protection du design : droit de l'UE vs. Convention de Berne », 5 mai 2023, dernière consultation le 16 août 2025, disponible sur <https://www.cabinet-arenaire.com/protection-design-ue-convention-berne/>.

BUSSÉ (J.), par BLAAZER (E.) « Le plagiat dans la mode : Comment les créateurs et designers indépendants peuvent-ils se protéger contre le vol de leurs créations ? », 2 mai

2024, dernière consultation le 12 août 2025, disponible sur <https://fashionunited.fr/actualite/historique/le-plagiat-dans-la-mode-comment-les-createurs-et-designers-independants-peuvent-ils-se-proteger-contre-le-vol-de-leurs-creations/2024050234940#>.

CAHEN (M.), « Parasitisme : un quasi droit de propriété intellectuelle ? », 2 juillet 2025, dernière consultation le 17 août 2025, disponible sur <https://www.murielle-cahen.fr/parasitisme-un-quasi-droit-de-propriete-intellectuelle/>

Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales, définition du terme « subjectivité », dernière consultation le 7 août 2025, disponible sur : <https://www.cnrtl.fr/definition/subjectivite%C3%A9>

DENIAU (G.), « L'histoire de la mode, de l'industrie textile jusqu'à l'arrivée de la fast fashion », 26 avril 2021, dernière consultation le 21 août 2025, disponible sur <https://www.label-chaussette.com/blogs/news/lhistoire-de-la-mode-de-lindustrie-textile-jusqua-larrivee-de-la-fast-fashion?>

DREYFUS (N.), « Protection des sacs iconiques Kelly et Birkin : décision du Tribunal judiciaire de Paris du 7 février 2025 », 13 mars 2025, dernière consultation le 17 août 2025, disponible sur <https://www.dreyfus.fr/2025/03/13/protection-des-sacs-iconiques-kelly-et-birkin-decision-du-tribunal-judiciaire-de-paris-du-7-fevrier-2025/>

HOLVECK (E.), « FAST-FASHION : Une condamnation pour parasitisme fondée sur un comportement global ? », 9 avril 2024, dernière consultation le 16 août 2025, disponible sur le site <https://www.useyourlaw.com/fast-fashion-une-condamnation-pour-parasitisme-fondee-sur-un-comportement-global/>.

Institut national de la propriété industrielle, « Déposer un dessin et modèle », 16 déc. 2015, dernière consultation le 13 août 2025, disponible sur <https://www.inpi.fr/realiser-demarches/propriete-intellectuelle/>.

Institut national de la propriété industrielle, « Qu'est-ce qu'une contrefaçon ? », 16 déc. 2025, dernière consultation le 12 août 2025 disponible sur <https://www.inpi.fr>.

JOAS (L.), « Céline vs. Mango : la fast-fashion, faux ami du luxe ? », 24 nov. 2024, dernière consultation le 12 août 2024, disponible sur <https://lexpertise-juridique0.webnode.fr/1/celine-vs-mango-la-fast-fashion-le-faux-ami-du-luxe/>.

Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, « Qu'est-ce que la chaîne de blocs (Blockchain) ? », 20 janv. 2025, dernière consultation le 21 août 2025, disponible sur https://www.economie.gouv.fr/entreprises/developper-son-entreprise/innover-et-numeriser-son-entreprise/quest-ce-que-la-chaîne-de#la-cha-ne-de-blocs-blockchain-d_0

Organisation mondiale du commerce, « Moyens de faire respecter les droits de propriété intellectuelle », dernière consultation le 18 août 2025, disponible sur https://www.wto.org/french/tratop_f/trips_f/ipenforcement_f.htm.

Vie publique, « Le règlement européen sur les services numériques (DSA) vise une responsabilisation des plateformes », 4 août 2025, dernière consultation le 18 août 2025, disponible sur : <https://www.vie-publique.fr/eclairage/285115-dsa-le-reglement-sur-les-services-numerique-s-ou-digital-services-act>.

VI. Jurisprudences

A. Jurisprudences françaises

CA Paris, 4e ch., sect. A, 20 sept. 2006, CT0165

CA Paris, pôle 5, 1ère ch. 22 janv. 2021, n°19/16343

CA Paris, pôle 5, ch. 2, 7 juin 2024, n°23/08934

Cass. 1re civ., 6 mars 1979, n°76-15.367

Cass. com., 26 janv. 1999, n°96-22.457

Cass. com., 8 juillet 2003, Hasbro international et Hasbro France c/ Impag France et Impag BV

Cass. com., 18 sept. 2019, n° 17-23.253

Cass. Com., 26 juin 2024, n°22-17.647.

TJ Paris, 3e ch., 3e sect., 4 déc. 2024, n°21/14778

TJ de Paris, 3e ch., 2e sect., 14 fév. 2025, n°23/10936

TJ de Marseille, 1^{re} ch. civ., 20 mars 2025, RG 23/00046

B. Jurisprudences européennes

CJCE (4e ch.), 16 juillet 2009, aff. C-5/08, Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening

CJUE (4e ch.), 20 oct. 2011, aff. n°C-281/10 P, PepsiCo Inc. c/ Grupo Promer Mon Graphic SA et OHMI

CJUE (3e ch.), 1er déc. 2011, aff. C-145/10, Painer c. Standard VerlagsGmbH et autres

CJUE (3e ch.), 1er mars 2012, aff. n° C-604-10, Football Dataco Ltd et autres / Yahoo ! Uk Ltd et autres, consid. 38

CJUE, 24 oct. 2024, aff. C-227/23, Kwantum Nederland BV et Kwantum België c. Vitra Collections AG

Tribunal maritime et commercial de Copenhague, Cas BS-25562/2024-SHR, 9 août 2024

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE.....	1
TABLE DES ABRÉVIATIONS.....	4
INTRODUCTION.....	6
PARTIE 1 - Les limites de la propriété intellectuelle face à la fast fashion.....	12
Chapitre 1 - Les limites intrinsèques des droits de propriété intellectuelle dans le secteur de la mode.....	13
Section 1 - L'inadéquation substantielle des critères de protection.....	13
I. Une appréciation subjective génératrice d'incertitudes juridiques.....	14
II. Une logique inspirationnelle confrontée à des critères exigeants.....	17
Section 2 - L'inadéquation temporelle des mécanismes de protection.....	21
I. Le rythme effréné des collections dans la mode contemporaine.....	21
II. L'inadaptation des délais face au renouvellement rapide des collections.....	23
Chapitre 2 - L'exploitation des limites des droits de propriété intellectuelle par les entreprises de fast fashion.....	26
Section 1 - Une utilisation stratégique des zones d'incertitudes juridiques.....	26
I. La frontière floue entre inspiration légitime et imitation prohibée.....	27
II. Les stratégies d'imitation pratiquées par les entreprises de fast fashion.....	30
Section 2 - Les insuffisances du cadre répressif face aux pratiques de la fast fashion.....	33
I. Le manque d'harmonisation des droits de propriété intellectuelle.....	33

II.	Le recours privilégié à la concurrence déloyale et au parasitisme.....	37
PARTIE 2 - Vers une régulation de la fast fashion par la propriété intellectuelle.....		40
Chapitre 1 - La nécessité d'un aménagement du cadre juridique actuel.....		42
Section 1 - L'évolution du cadre législatif à l'ère de la fast fashion.....		42
I.	La modernisation des procédures d'obtention des droits exclusifs.....	42
II.	Le renforcement de la lutte anti-contrefaçon dans le commerce en ligne.....	45
Section 2 - Une adaptation jurisprudentielle aux enjeux contemporains de la fast fashion.		48
I.	L'appréciation de l'originalité par les juges.....	48
II.	Le parasitisme, une alternative en l'absence de droits exclusifs.....	51
Chapitre 2 - L'apport des dispositifs extra-juridiques dans la protection des créations de mode.....		54
Section 1 - L'innovation technologique comme levier de protection supplémentaire.....		54
I.	L'intelligence artificielle au service de la détection de la contrefaçon en ligne.....	55
II.	La blockchain, un outil efficace dans la protection des droits exclusifs.....	57
Section 2 - La mode circulaire en faveur de la protection des créations de mode.....		60
I.	La mode éthique et durable face à la fast fashion.....	60
II.	Les enjeux de la mode circulaire sur la propriété intellectuelle.....	62
CONCLUSION.....		64
BIBLIOGRAPHIE.....		66
TABLE DES MATIÈRES.....		72