



Copie d'un site : condamnation pour parasitisme

Commentaire d'arrêt publié le 12/05/2023, vu 1143 fois, Auteur : [Murielle Cahen](#)

La théorie du parasitisme est généralement présentée comme étant distincte de la concurrence déloyale

« [Les nombreuses reprises d'éléments du site c-monetiquette.fr par le site etiquettes-folies.fr précédemment relevées qui doivent être appréhendées dans leur globalité, ce quand bien même chaque élément apparaît comme banal, et indépendamment de tout risque de confusion, ne peuvent être considérées comme fortuites ou relevant des tendances du marché et témoignent d'une volonté de la société Art et Pub de s'inscrire, à titre lucratif et de façon injustifiée, dans le sillage de la société Léa caractérisant ainsi un comportement fautif constitutif d'agissements parasitaires](#) », a jugé la cour d'appel de Paris dans un arrêt du 16 décembre 2022.

La théorie du parasitisme est généralement présentée comme étant distincte de la concurrence déloyale. Pourtant, ces deux notions évoluent et convergent avec force, à tel point qu'il convient de se demander si le parasitisme se distingue encore de la concurrence déloyale.

En 1957, St Gal élaborait une théorie : celle dite du « parasitisme » dont l'auteur dénommé « parasite » vit « dans le sillage d'un autre en profitant des efforts qu'il a réalisés et de la réputation de son nom et de ses produits ». Précisément, il s'agit « du fait de se référer, sans s'adresser à la même clientèle, à une marque ou à toute autre forme de propriété industrielle ou intellectuelle créée par un tiers particulièrement connue et ce à effet de tirer profit de sa renommée ». L'auteur ajoute ensuite que « l'acte (...) qui même sans avoir l'intention de nuire, tire (...) profit d'un renom acquis légitimement par un tiers ».

La théorie du parasitisme a été affinée pour comprendre deux volets, l'un dit de la concurrence parasitaire, se rapportant aux faits décrits ci-dessus et opérés alors qu'il existe un rapport de concurrence entre le parasite et la victime de ces actes et l'autre relatif aux faits décrits ci-dessus mais opérés alors qu'il n'existe pas de rapport de concurrence entre les protagonistes et qualifié d'agissements parasitaires.

Cette théorie permet de sanctionner l'acteur économique qui aurait « tendance à franchir les limites de la concurrence déloyale tout en réalisant des actes qui ne sont pas emprunts de correction sur le plan commercial ». En cela, le parasitisme est généralement présenté comme un élément distinct de la concurrence déloyale, cette dernière étant entendue de « tous agissements qui consistent à employer des moyens fallacieux dans la vente de produits, tous actes d'un commerçant ou d'un fabricant qui cherche soit à tirer parti à son bénéfice d'une situation acquise par un tiers, soit à discréditer la marchandise ou l'entreprise d'autrui ou encore à désorganiser cette dernière ».

I. Caractérisation du parasitisme

A. Notion de parasitisme

Le parasitisme est 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, de la notoriété acquise ou des investissements consentis. Le parasitisme ne peut pas se déduire du seul fait qu'une entreprise vend un produit imité ou identique à celui commercialisé depuis longtemps et avec succès par une autre entreprise.

À la différence de la concurrence déloyale, le parasitisme résulte d'un ensemble d'éléments appréhendés dans leur globalité. La notoriété du produit prétendument copié n'est pas une condition nécessaire du parasitisme, qui peut être constitué par la reprise des investissements allégués, indépendamment des frais exposés par l'auteur du parasitisme.

Il est de jurisprudence constante que le parasitisme peut être établi même en l'absence de toute situation de concurrence. À l'inverse, l'absence de concurrence n'est pas une condition du succès de l'action. L'action en parasitisme peut être mise en œuvre quels que soient le statut juridique ou l'activité des parties.

Pour prouver la faute, il n'est pas non plus nécessaire d'établir le risque de confusion traditionnellement requis dans le cadre d'une action en concurrence déloyale.

Il importe peu également que les produits d'origine aient ou non été mis sur le marché géographique concerné avant que les copies y aient été commercialisées.

L'action en parasitisme peut être intentée même par celui qui ne peut pas, ou ne peut plus, se prévaloir d'un droit privatif.

Les agissements parasitaires peuvent être accomplis pour le compte d'un mandant. Ainsi, une société qui embauche un agent commercial d'une société concurrente, qui n'a pas d'interdiction de représenter d'autres sociétés et qui, à l'issue de son contrat, n'est pas tenu par une clause de non-concurrence, commet des actes relevant du parasitisme par l'intermédiaire de ce commercial.

Bien entendu, le parasitisme suppose une diffusion des agissements fautifs auprès de personnes autres que la victime ; tel est le cas même si le « public » s'avère être les seuls salariés de la victime.

Des actes qualifiés de caricature, de pastiche ou de parodie ne peuvent pas être sanctionnés au titre du parasitisme (CA Paris 25-1-2012 n° 10/09512).

B. Actes de parasitisme

1. Spécialiste d'une marque

Ancien agent « Citroën » qui se présente comme « citroëniste indépendant » sur ses documents publicitaires et appose sur le toit de son garage une enseigne « Citroëniste » avec les lettres « iste » écrites en plus petit corps. Acte parasitaire, dès lors que l'utilisation publicitaire du nom commercial est faite par un ancien concessionnaire de la marque.

Ancien concessionnaire « Volvo » qui persiste à prendre des initiatives et à se présenter comme spécialiste Volvo dans des opérations publicitaires aboutissant à la vente de véhicules de la marque Volvo. Acte parasitaire, dès lors que ces agissements interviennent après la cessation du contrat de concession.

2. Imitation du produit ou du conditionnement

Commercialisation d'un parfum dont le conditionnement ressemble de façon frappante à celui d'une grande marque, de telle sorte qu'un air de famille existe entre les deux parfums. Acte parasitaire, dès lors que cette ressemblance n'est pas le fruit du hasard mais résulte de la volonté de reproduire les caractéristiques du parfum de prestige et d'exploiter sa notoriété.

Fabrication et commercialisation par une société de flacons de désodorisant ménager similaires à ceux d'un concurrent mais auxquels elle a apporté une amélioration d'importance dans leur mode d'utilisation (CA Versailles 20-10-1993 : RJDA 6/94 n° 751). Acte non parasitaire, dès lors que la société a ajouté à un produit devenu banal (liquide désodorisant) un procédé d'utilisation jusque-là non pratiqué, de sorte que, pour ce faire, elle a dû procéder à des investissements et à des recherches techniques.

Vente par un fabricant de boissons à l'orange de bouteilles comportant des étiquettes présentant des similitudes avec celles d'un concurrent dont la notoriété est incontestable (CA Colmar 13-5-1994 : RJDA 11/94 n° 1249). Acte parasitaire, dès lors que le fabricant a profité du courant d'achats établi en faveur d'articles commercialisés par le concurrent et a évité une initiative commerciale impliquant diverses dépenses et la prise d'un risque.

Producteur de bananes qui, pour la commercialisation de ses fruits, se met à utiliser des bacs en plastique prêts à être mis en rayon alors qu'un concurrent a déjà adopté ce mode de conditionnement sur lequel il appose le dessin du fruit, sa marque et un slogan. Acte non parasitaire, dès lors que le bac en plastique, utilisé depuis longtemps comme mode de conditionnement dans ce secteur, constitue le seul point commun avec le mode de présentation des produits du concurrent, les autres éléments du concept n'ayant pas été repris.

Vente, par un distributeur, de vêtements qu'il a fait produire à l'étranger et qui sont très similaires à ceux d'un fabricant dont il avait auparavant obtenu des échantillons en vue de leur distribution (CA Paris 15-3-2000 n° 98-1684 : PIBD 2000 n° 702 III p. 375). Acte parasitaire, dès lors que le distributeur s'est ainsi approprié à moindre frais les efforts commerciaux entrepris par le fournisseur.

II. Sanction des actes parasitaires

A. Preuve de l'acte parasitaire

[La concurrence déloyale](#) se distingue sur ce point du parasitisme, puisque le succès de l'action en parasitisme suppose de démontrer que le parasite s'est volontairement placé dans le sillage d'un tiers (CA Paris, 30 juin 2021, no 18/26888, Contrats, conc. consom. 2021, comm. 165, note M. Malaurie-Vignal). Cette condition subordonne bien l'action en parasitisme à la preuve d'une faute intentionnelle. La preuve d'une usurpation de notoriété ou de « détournement d'investissements ».

Par ses actes, [le parasite](#) cherche à assimiler ses produits (ou ses services) et ceux d'une entreprise à la notoriété considérable, bénéficiant ainsi d'un profit illégitime. Néanmoins, dans un arrêt récent, la Cour de cassation a jugé que « la notoriété du produit prétendument copié [...] ne constitue pas une condition nécessaire pour établir un comportement parasitaire » . La notoriété serait donc vraisemblablement davantage un indice qu'une véritable condition. La théorie du parasitisme suppose que le parasite tire profit, sans contrepartie financière, « sans bourse délier », de la renommée, du sérieux ou encore du prestige du parasité. Il ne peut donc y avoir parasitisme si le prétendu parasite démontre qu'il a lui-même réalisé des investissements réels et sérieux en relation avec le produit ou le service concerné.

L'existence, pour le demandeur, d'investissements constitue une condition essentielle à la démonstration du parasitisme. À l'inverse, la cour d'appel de Paris a pu considérer que la démonstration par le défendeur de ce qu'il a réalisé des investissements pour la promotion du produit litigieux ne permettait pas, à elle seule, d'écarter le parasitisme, « le parasitisme n'excluant pas l'existence de dépenses effectuées par le parasite » (CA Paris, 14 déc. 2021, no 20/05805). La preuve des investissements réalisés demeure néanmoins un élément important et valorisé par la jurisprudence qui apprécie le parasitisme de manière globale en appliquant la méthode du faisceau d'indices.

B. Sanction de l'acte parasitaire

Plus récemment, la Cour de cassation a rappelé qu'il en est de même pour l'action en parasitisme. Cette action « fondée sur l'article 1382, devenu 1240 du code civil, qui implique l'existence d'une faute commise par une personne au préjudice d'une autre, peut être mise en œuvre quels que soient le statut juridique ou l'activité des parties, dès lors que l'auteur se place dans le sillage de la victime en profitant indûment de ses efforts, de son savoir-faire, de sa notoriété ou de ses investissements ».

La victime peut donc être un commerçant ou une société, mais aussi une association. Cela étant, il importe pour la victime de bien identifier son préjudice personnel.

[La Haute juridiction a ainsi établi que les agissements parasitaires « peuvent être constitutifs d'une faute au sens de l'article 1382 du code civil \[devenu C. civ., art. 1240\], même en l'absence de toute situation de concurrence »](#). Cette approche semble aujourd'hui acquise (CA Paris, 8 sept. 2004, no 03/04631 : « un comportement déloyal peut résulter d'un comportement parasitaire, même en l'absence de situation de concurrence » ; CA Toulouse, 5 avr. 2005, no 04/01758 : « La théorie des agissements parasitaires reste applicable lorsque (...) les entreprises concernées ne sont pas en situation de concurrence » ; T. com. Paris, 21 oct. 2019, no 2017004105 : « la circonstance que Canal + ait choisi de renoncer à la diffusion de l'émission "Le Zapping" ne saurait suffire, à elle seule, à exonérer France Télévisions des griefs qui sont formulés à son encontre, [le parasitisme](#) pouvant être constitué, même en l'absence de situation de concurrence effective »).

Sources :

[Cour d'appel de Paris, pôle 5 – Ch. 2, arrêt du 16 décembre 2022 /Sarl Léa / Sarl Art et Pub \(https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-paris-pole-5-ch-2-arret-du-16-decembre-2022/\)](https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-paris-pole-5-ch-2-arret-du-16-decembre-2022/)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 10 juillet 2018, 16-23.694, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 11 janvier 2017, 15-18.669, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 12 juin 2012, 11-19.373, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 5 janvier 2022, 19-23.701, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 7 avril 2009, 07-17.529, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 18 décembre 2012, 11-24.798, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 16 février 2022, 20-13.542, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 9 juin 2015, 14-11.242, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 17 mars 2021, 18-19.774, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 22 octobre 2002, 00-14.849, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 27 mai 2021, 18-23.261 18-23.699, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 12 février 2013, 12-14.045, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, Chambre commerciale, du 29 juin 1993, 91-21.764, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 4 janvier 1994, 92-12.476, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 4 février 2014, 13-11.044, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 26 janvier 1999, 96-22.457, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 5 janvier 2022, 19-23.701, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 3 mai 2012, 11-18.077, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 16 février 2022, 20-13.542, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 26 février 2020, 18-19.153, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

[Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 30 janvier 1996, 94-15.725, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)