

Master 2 Droit de la Propriété intellectuelle et des technologies nouvelles

Année universitaire 2021-2022

La protection des archives des maisons de luxe

Présenté par Océane DESPLANDS

Sous la direction de Jean-Michel BRUGUIERE, professeur en droit privé et sciences criminelles, Directeur du centre universitaire d'enseignement et de recherche en propriété intellectuelle, Co-responsable de la formation Master 2 Droit de la propriété intellectuelle et des technologies nouvelles.

Mémoire soutenu en septembre 2022

La faculté de droit de Grenoble n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire, celles-ci doivent être considérées comme propres à leur auteur.

REMERCIEMENTS

Avant tout, je tiens à remercier Monsieur Jean-Michel Bruguière, mon directeur de mémoire, pour son précieux soutien et pour tous les conseils qu'il a su me prodiguer durant la rédaction de ce mémoire et qui m'ont beaucoup aidés.

Je tiens ensuite à remercier mes amis avec qui j'ai eu la chance d'échanger lors de la rédaction de nos mémoires respectifs et, qui ont su m'aiguiller et me soutenir du début jusqu'à la fin.

Enfin, mes remerciements vont également à mes proches, pour leur soutien sans faille depuis le début de mes études de droit et pour leur présence chaque fois que j'en avais besoin. J'adresse notamment toute ma gratitude à ma grand-mère, qui a gentiment accepté de relire minutieusement ce travail et qui m'a grandement épaulée au cours de mes études.

« À chaque fois que j'arrive dans une maison, j'ai besoin de me plonger dans son passé, de comprendre ce qu'elle a été à travers des documents, des images et des modèles. Tout cela non pas pour reprendre une forme de manche ou de col de l'époque - les modes passent, il ne faudrait pas l'oublier -, mais pour comprendre la philosophie, apprendre le vocabulaire, les notes et composer une musique d'aujourd'hui. »

Guillaume Henry, directeur artistique de la maison Patou

TABLE DES ABRÉVIATIONS

Art. : Article

CA : Cour d'appel

Cass. : Cour de cassation

Cass. 1^{re} civ : Première chambre civile de la Cour de cassation

Cass. 3^{ème} civ : Troisième chambre civile de la Cour de cassation

Cass. Com. : Chambre commerciale de la Cour de cassation

Cass. Soc. : Chambre sociale de la Cour de cassation

CE : Conseil d'Etat

CEPC : Commission d'examen des pratiques commerciales

CJCE : Cour de justice des communautés européennes

CJUE : Cour de justice de l'Union européenne

Cons. UE : Conseil de l'Union européenne

CPI : Code de la propriété intellectuelle

éd. : Edition

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

Fasc. : Fascicule

Ibid : Indique au lecteur que l'ouvrage est identique à celui de la note précédente

INPI : Institut National de la Propriété Intellectuelle

OMPI : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

Op.cit. : Indique au lecteur que l'ouvrage a déjà été cité

PIBD : Propriété industrielle – Bulletin documentaire

T. com. : Tribunal de commerce

TGI : Tribunal de Grande Instance

Trib. : Tribunal

UNESCO : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

3D : Trois dimensions

SOMMAIRE

Introduction

Partie 1 : De l'intérêt juridique de la protection des archives des maisons de luxe

Chapitre 1 : L'utilisation des archives aux fins d'établissement des droits de propriété intellectuelle

Chapitre 2 : L'utilisation des archives aux fins de défense des droits

Parties 2 : Des moyens juridiques à la disposition des maisons aux fins de protection de leurs archives

Chapitre 1 : La protection des archives par la propriété littéraire et artistique

Chapitre 2 : La protection des archives par les droits non privatifs

Conclusion prospective : Une perspective de protection des archives grâce à la blockchain

Introduction

1. D'après Côme Rémy « les archives sont les capsules du temps ».¹ A l'image de ces capsules temporelles, elles viennent sauvegarder l'histoire et le savoir-faire d'une maison. Si les archives sont de véritables fenêtres sur le passé, elles permettent également d'éclairer l'avenir². Dès lors, chaque pièce, chaque document, chaque photographie, chaque bien susceptible de devenir une archive représente un intérêt pour une maison. Cela étant dit, il convient de s'arrêter quelques instants sur le vocabulaire employé et notamment, sur les notions d'archive et de maison.

2. **Quant aux archives.** Selon l'article L. 211-1 du Code du patrimoine « *Les archives sont l'ensemble des documents, y compris les données, quels que soient leur date, leur lieu de conservation, leur forme et leur support, produits ou reçus par toute personne physique ou morale et par tout service ou organisme public ou privé dans l'exercice de leur activité* ». Plus généralement, le Dictionnaire Larousse, en 2022, définit les archives comme « *un ensemble de documents hors d'usage courant, mais classés et conservés pour une consultation éventuelle, dans une entreprise ou chez un particulier* ».

3. Toutefois, il faut admettre que pour une maison, l'archive a une définition relativement large, la plupart des objets retraçant la vie de cette dernière pouvant finalement devenir une archive. Ainsi, différentes définitions apparaissent. Selon Julia Guillon, spécialiste mode chez Sotheby's, il s'agit « *d'une grande diversité d'objet illustrant la vie et l'histoire d'une marque ou d'un couturier* ». Pour le musée Christian Dior de Granville, est une archive tout ce qui a un lien avec la vie du créateur dans la Villa Les Rhumbs. Enfin, Côme Rémy entend par archive un « *objet qui marque son temps, qui devient intemporel, soit parce qu'il est très créatif, révolutionnaire par la technique, soit parce qu'il étonne et témoigne de l'identité de la maison* »³. Dès lors, des croquis, des documents écrits, des pièces physiques, des

¹ Expert en art décoratif du XXème siècle et contemporain, ancien responsable du Conservatoire des Créations Hermès de 1993 à 1997 cité par Issad. T. « *Les archives de la mode sont-elles devenues un business ?* ». Fashion Network. 4 avril 2018. <https://fr.fashionnetwork.com/news/Les-archives-mode-sont-elles-devenues-un-business-963582.html>

² Dryden, J. « *Les exceptions relatives au droit d'auteur : le point de vue d'un archiviste* ». OMPI. Août 2017 https://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2017/04/article_0003.html

³ Issad, T. *op. cit*

photographies, des vidéos de défilés, des schémas, sont autant d'éléments qui peuvent être considérées comme des archives.

4. A titre d'exemples, l'on peut citer le fonds Lanvin qui s'organise en différents secteurs : archives papiers et photographiques, fonds textile, parfums et cosmétiques, mobiliers d'époque, et la fondation Yves Saint Laurent qui pour un modèle conserve celui-ci, le croquis préparatoire original, la fiche d'atelier, l'empreinte, la planche collection, la fiche de manutention, le Polaroid, les programmes des collections, les photographies des défilés, la liste des prix, la liste des clientes qui ont acheté le modèle, les publicités, les photographies du modèle exposé lors d'exposition⁴. Ces archives traduisent un patrimoine unique et irremplaçable, qui se transmet de génération en génération. Elles jouent un rôle essentiel dans le développement des sociétés et contribuent à la constitution et à la sauvegarde de la mémoire individuelle et collective⁵.

5. **Quant aux maisons.** Les maisons sont garantes d'un savoir-faire qui se perpétue à travers le temps. Dès le XVIII^e siècle, ce terme de « maison » apparaît et va être utilisé pour qualifier les maisons de champagne. Ce n'est qu'au cours du XIX^e siècle qu'il commencera à être utilisé pour les maisons de couture. Aujourd'hui, le mot maison traduit un patrimoine et est gage d'authenticité, de savoir-faire et de qualité. Ce qui est important s'agissant des maisons de luxe, ce n'est pas de savoir où est ce que l'on produit, mais comment est-ce que l'on produit, car le savoir-faire est au cœur de la capitalisation. Par exemple, Hermès a racheté les ateliers de ganterie de Saint-Junien qui étaient leur partenaire historique afin de préserver un savoir-faire qui datait du Moyen Âge. Si les ateliers avaient fermé leur porte, cela aurait eu pour conséquence la disparition du savoir-faire.

6. Aujourd'hui, « héritage », « patrimoine », « archive » sont des mots fréquemment utilisés par les maisons, notamment pour leur *marketing*. Toutefois, selon Anthony Mathé, pour que les archives deviennent intéressantes pour une maison il faut qu'elles s'en servent au présent⁶. L'on retrouve ainsi le lien entre hier et aujourd'hui. Dès lors, il n'est pas rare que les maisons créent des collections capsules, utilisant des éléments de leurs archives

⁴Kurkdjian, S. *Cultures et histoires de mode*. Hypothèses. 2015 et 2016.

<https://histoiredemode.hypotheses.org/2567> et <https://histoiredemode.hypotheses.org/tag/archives-de-la-mode>

⁵ UNESCO. Déclaration universelle des archives. 2011

⁶*Ibid.*

pour créer ces collections hors du temps. Burberry l'a parfaitement réalisé avec sa collection « Futur Archive »⁷. En effet, cette dernière a été entièrement réalisée à partir d'archives de la maison, Riccardo Tisci réinventant des pièces iconiques qui se conjuguent désormais au présent⁸.

7. Maintenant que nous avons cerné ce qui est entendu par « archive » et « maison », il est indéniable que le premier est indispensable au second. En effet, si les maisons aujourd'hui font tout ce qui est en leur pouvoir pour rechercher, reconstituer et retrouver leurs pièces d'archives, c'est incontestablement parce que chacune de ces pièces présente un fort intérêt pour la griffe.

8. **Nous dirons que le premier intérêt est sans équivoque l'inspiration.** Les maisons changent fréquemment de directeur artistique, de styliste et il est important pour le nouvel arrivant de pouvoir s'imprégner de l'ADN de la griffe. Dès lors, chez Dior, chaque directeur artistique est passé par le musée Granville ou Dior Héritage. C'est ainsi qu'en septembre 2016, lorsque Maria Grazia Chiuri sort sa toute première collection, la pièce phare est l'escarpin « J'adior » qui n'est autre qu'un modèle qui remonte aux années 60⁹, signé Roger Vivier¹⁰. Quant à Chanel, Karl Lagerfeld confiait notamment qu'« *il n'y aurait pas de Chanel sans l'histoire de Chanel. Mais il y a beaucoup de choses que les gens pensent qu'elles existent depuis les débuts de la maison alors que c'est moi qui les ai créées. Mon travail c'est de faire en sorte que les gens y croient, il n'y a pas d'autre moyen pour une maison de survivre* »¹¹. Pour la maison Chanel, son archive phare est la veste, probablement un des rares vêtements au monde à se reconnaître au premier coup d'œil. La veste Chanel est unique, et pourtant, éternellement réinventée. Ainsi, si elle a fait sa première apparition en 1916, la veste Chanel est encore à l'affiche de la collection « Métiers d'art 2021-22 » et de la collection printemps été 2021-22¹² de la maison.

⁷ Voir Annexe 1

⁸ Gleyse, N. *Burberry relance et lifte ses iconiques le temps d'une collection ultra limitée*. Vogue. 6 janvier 2021. <https://www.vogue.fr/mode/article/burberry-riccardo-tisci-capsule-future-archive-my-theresa>

⁹ Voir Annexe 2

¹⁰ Verheyen, G. Dior Héritage : le lieu secret où Maria Grazia Chiuri puise son inspiration. L'officiel. 2 octobre 2019. <https://www.lofficiel.be/mode/dior-heritage-le-lieu-secret-ou-maria-grazia-chiuri-puise-son-inspiration>

¹¹ Issad, T. *Op. cit.*

¹² Site internet Chanel. <https://www.chanel.com/fr/mode/pret-a-porter/l/1x1x9x3/vestes/>

9. Si les maisons de couture sont concernées par cette inspiration, les maisons de joaillerie le sont également. Dans cette perspective, cette année, Tiffany & Co a choisi de sortir une collection « BOTANICA », composée de 85 créations inspirées de ses archives. Selon Alexandre Arnault, « *il s'agit d'honorer notre incroyable héritage tout en innovant pour une nouvelle génération* »¹³.

10. Finalement, alors que la mode est un secteur en perpétuel renouvellement, avec, pour l'appellation Haute Couture, un minimum de quatre collections par année, les archives semblent détonantes dans le milieu, ce que souligne Sophie Kurkdjian : « *la mode est à la recherche de l'innovation et l'anticipation sur les tendances de demain, tandis que l'archive, même si elle inspire les designers en place, regarde vers le passé d'une maison plutôt que vers son avenir, en contradiction avec la dynamique même de la mode* »¹⁴.

11. **Inspiration donc, mais également communication.** Bien que les maisons bénéficient d'une forte renommée, cela ne les dispense pas de communication, de *marketing*. Ainsi, les archives ont également un fort intérêt de ce point de vue. Dès lors, nombreuses sont les expositions, nombreux sont les musées qui voient le jour afin d'assurer un rayonnement des maisons par l'exposition de leur patrimoine. C'est probablement la maison Dior qui est la plus efficace en ce domaine. Par exemple, a eu lieu l'exposition « Christian Dior, couturier de rêve » au Musée des arts décoratifs de Paris, qui a accueilli pas moins de 708 000 visiteurs en six mois¹⁵. L'on retrouve également Dior Héritage, véritable musée secret et pratiquement impossible d'accès, qui contient toutes les mémoires de la maison et, la galerie Dior, qui a ouvert ses portes à Paris le 9 mars 2022 et qui retrace l'histoire de la maison et du célèbre couturier.

12. Yves Saint Laurent traduit aussi cet effort de communication avec le Musée Yves Saint Laurent Paris, tout comme la griffe Chanel et la rétrospective Gabrielle Chanel au Palais Galliera.

¹³ Exécutive Vice Président, Product & Communication, Tiffany & Co, cité par Selmer, M-C. Avec *BOTANICA*, Tiffany & Co dévoile une collection de haute joaillerie inspirée des trésors d'archives. The eye of jewelry. 7 avril 2022. <https://theeyeofjewelry.com/fr/joaillerie/avec-botanica-tiffany-co-devoile-une-collection-de-haute-joaillerie-inspiree-des-tresors-darchives/>

¹⁴ Chargée des archives de la Fédération de la Haute couture et de la Mode, citée par Isaad, T. *Op. cit.*

¹⁵ Rousseau, C. *Or collection, les archives de la maison Dior*. Le Monde. 2 décembre 2018. https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2018/12/02/or-collection-les-archives-de-la-maison-dior_5391685_4497319.html

13. Inspiration, communication et, enfin, patrimoine. Le patrimoine français de mode est établi chaque année, les créations françaises sont attendues par le marché et les défilés attirent les foules durant la Fashion Week. Le patrimoine de la mode, constitué de chaque pièce d'archive, est un patrimoine de savoir-faire, de création. L'idée est que chaque pièce issue de la création va, à l'avenir, constituer un patrimoine, qui, à son tour, viendra alimenter la créativité, aboutissant à de nouvelles créations qui entreront dans ce patrimoine. On parle ici de « cercle vertueux de la création »¹⁶. Alors que ce patrimoine mode grandit, l'Etat s'engage de plus en plus en sa faveur. Ainsi, en 2017, a été remis au ministre de la Culture un rapport sur le patrimoine et la mode, par Olivier Saillard, directeur à l'époque du Palais Galliera. À la suite de ce rapport, le ministère a souhaité mettre en œuvre diverses mesures pour préserver, enrichir et valoriser le patrimoine de mode avec notamment la création d'un label « Patrimoine français de la mode » et la création d'un Fonds Mode au sein de la collection du Centre national des arts plastiques¹⁷.

14. Ainsi, ce patrimoine met en avant le savoir-faire des maisons de Haute Couture françaises et nous pouvons citer Victoire Boyer Chammard qui explique que « *les archives ont aussi ce rôle, celui de montrer qu'il existe un certain artisanat en France* »¹⁸.

15. Par ces propos introductifs, nous avons souligné que les archives traduisent divers intérêts pour les maisons. Toutefois, les intérêts mis en avant sont uniquement des intérêts économiques et historiques. Qu'en est-il du point de vue juridique ? C'est autour de ce point que va s'articuler notre propos, nous proposons donc de réfléchir à partir de la question suivante : dans quelles mesures les archives représentent-elles un intérêt prépondérant pour les maisons, poussant ces dernières à établir des stratégies juridiques de protection ?

16. Notre réflexion envisagera de prime abord les intérêts juridiques qui doivent pousser les maisons à conserver et protéger leurs archives. En effet, alors que les intérêts

¹⁶Barrere, C. *Les industries du luxe : des industries de patrimoine ?* Janvier 2017.

https://www.researchgate.net/profile/Christian-Barrere/publication/239530594_Les_industries_du_luxe_des_industries_de_patrimoines/links/54bce45d0cf29e0cb04c5370/Les-industries-du-luxe-des-industries-de-patrimoines.pdf?origin=publication_detail

¹⁷Communiqué de presse. *Remise du rapport d'Olivier Saillard sur le patrimoine et la mode.* Ministère de la culture. 28 avril 2017. <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Communiqués-de-presse-2012-2018/Annee-2017/Remise-du-rapport-d-Olivier-Saillard-sur-le-patrimoine-et-la-mode>

¹⁸ Dirige le département authentification du site de seconde main Vestiaire Collective, citée par Isaad, T. *Op. cit.*

économiques et historiques sont importants, les intérêts juridiques le sont tout autant. Pourtant, ils sont bien souvent oubliés par les maisons. Il est ainsi important de pointer du doigt ces divers intérêts juridiques, qui concernent tant l'établissement de droits de propriété, que la défense de ces droits (**Partie 1**).

17. Après avoir compris pourquoi la protection des archives est incontournable, nous traiterons des moyens juridiques dont disposent les maisons afin de protéger ces dernières. En effet, alors qu'elles constituent un avantage compétitif sans précédent, les pièces d'archives sont très prisées et, il appartient à chaque griffe de protéger efficacement ses archives, qu'elle ait recourt à des droits privatifs ou non (**Partie 2**).

Partie 1 : Des intérêts juridiques à la protection des archives des maisons de luxe

18. Nous l'avons dit, les archives représentent pour les maisons des « capsules du temps »¹⁹ et traduisent des intérêts économiques et historiques indéniables. Ces archives, véritables vitrines d'une griffe, viennent asseoir sa renommée et son savoir-faire, permettant de pérenniser sa réputation dans le temps et son image d'icône dans le monde du luxe. Il faut aller au-delà des intérêts envisagés lors de nos propos introductifs afin de nous intéresser aux intérêts juridiques que représentent les archives. En effet, une maison pourra utiliser ses archives aux fins d'établir ses droits de propriété intellectuelle (**Chapitre 1**), mais également aux fins de défense de ses droits, qu'ils soient privatifs ou non (**Chapitre 2**).

Chapitre 1 : L'utilisation des archives aux fins d'établissement des droits de propriété intellectuelle

19. Afin de protéger leurs créations, les maisons de luxe ont généralement recours aux droits de propriété intellectuelle, au titre desquels nous retrouvons le droit d'auteur, le droit des dessins et modèles et le droit des marques. Néanmoins, établir ces droits n'est pas chose facile et les archives peuvent se révéler être un moyen très efficace afin de concrétiser ceux-ci. Dès lors, une utilité est acquise s'agissant de l'établissement de la titularité des droits en droit d'auteur (**Section 1**), mais également afin de prouver la divulgation au bénéfice de la protection au titre du dessin ou modèle communautaire non enregistré (**Section 2**). L'on retrouve également divers exemples en droit des marques (**Section 3**).

Section 1 : L'établissement de la titularité des droits en droit d'auteur

20. Une maison de luxe n'est pas considérée comme auteur. Le droit d'auteur est un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous et qui naît du simple fait de sa création²⁰, à condition toutefois que l'œuvre soit originale. Pour notre étude, il n'est pas nécessaire de s'interroger sur cette condition d'originalité. Nous nous intéressons directement

¹⁹Côme Rémy cité par Isaad. T., *Op. cit.*

²⁰ Art. L. 111-1 CPI

à la question de la titularité des droits car c'est sur ce point que les archives vont se révéler utiles. Ainsi, dès lors qu'une œuvre est originale, qu'elle dépasse le stade de la simple idée par sa mise en forme, l'œuvre est protégée sans pourtant qu'aucun dépôt ne soit réalisé. Ce droit s'obtenant sans dépôt, il faut ménager les éléments de preuve pour prouver son existence et surtout, sa titularité.

21. D'après le Code de la propriété intellectuelle « *la qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou ceux sous le nom de qui l'œuvre est divulguée* »²¹. Cette qualité d'auteur n'est toutefois pas aussi simple d'acquisition et un débat anime la jurisprudence et la doctrine depuis des années maintenant. Ce débat est celui de la personne morale. En effet, nombreux sont les auteurs à s'interroger sur le fait de savoir si une personne morale, ici, une maison de luxe, peut être considérée ou non, comme auteur, ou si cette maison ne peut être que titulaire des droits d'auteur.

22. La doctrine semble plutôt penser qu'une personne morale ne peut pas être auteur. Dans cette perspective, Desbois écrivait « *Puisque les droits d'auteur naissent dans la personne et dans le patrimoine du créateur, il faut exclure du cercle des auteurs les personnes morales car il est impossible de supposer qu'une société ait imaginé et composé une œuvre de l'esprit* »²². Quant à A. Lucas, A. Lucas-Schloetter et C. Bernault, ils considèrent que « *cette attribution coule de source car comment une personne morale pourrait-elle exprimer sa personnalité dans une œuvre de l'esprit ?* »²³. Cette considération semble être confortée par les textes, l'article L. 113-2 du Code de la propriété intellectuelle affirmant qu'« *est dite de collaboration l'œuvre à la création de laquelle ont concouru plusieurs personnes physiques* » et, l'article L. 113-7 du même Code disposant qu'« *ont la qualité d'auteur d'une œuvre audiovisuelle la ou les personnes physiques qui réalisent la création intellectuelle de cette œuvre* ». Nous constatons que le Code de la propriété intellectuelle ne s'attache qu'à la personne physique, éclipsant à ce titre la personne morale.

23. De toute évidence, cette position doctrinale est également ancrée en jurisprudence, la Cour de cassation ayant reconnu à plusieurs reprises « *qu'une personne*

²¹ Art. L. 113-1 CPI

²²H. Desbois, Cours des propriétés littéraire artistique et industrielle, 1960-1961, p. 58.

²³A. Lucas, A. Lucas-Schloetter et C. Bernault, Traité de la propriété littéraire et artistique. 2017.

morale ne peut avoir la qualité d'auteur »²⁴. Toutefois, bien que cette position doctrinale et jurisprudentielle soit acquise, elle est à nuancer et il est d'autres arrêts et auteurs qui n'hésitent pas à contester cette théorie.

24. J-M. Bruguière et M. Vivant font partie de ces auteurs qui nuancent cette position. Ainsi, ils mettent en avant plusieurs jurisprudences ouvertes à reconnaître qu'une personne morale puisse traduire sa personnalité dans une oeuvre²⁵. Il en est ainsi d'un arrêt du 17 mars 2009 s'agissant d'un modèle de chaussures Heschung « *que le modèle Tecoma a une esthétique le destinant à être une chaussure de ville et était [...] caractérisé également par l'empreinte de la personnalité de son fabricant, lui conférant une originalité* »²⁶. Plus encore, l'on peut citer une jurisprudence concernant Apple, les juges du Quai de l'Horloge ayant ainsi jugé à propos de l'iPod qu'il témoignait de « l'apport créateur de la société Apple »²⁷. Finalement, il serait peut-être opportun de faire évoluer les considérations sur ce point. Bien que le débat soit assez ancien, se rattachant au point de savoir si la personne morale est une fiction juridique ou non, il est indéniable que la personne morale a un poids croissant en droit d'auteur et il est possible de considérer que l'on retrouve la personnalité créatrice d'une personne morale dans une création. Nous pouvons utiliser divers exemples ici, avec les grandes maisons. Dans cette perspective, les vestes Chanel sont empreintes de la personnalité de la maison avec le choix du tweed²⁸, d'une veste droite, structurée, des boutons bijoux frappés d'une tête de lion, d'épis de blé ou de camélia ; la même chose se retrouve s'agissant du tailleur-pantalon signé par la maison Yves Saint Laurent avec ses manches ajustées, sa taille cintrée et son pantalon large. Ici, il s'agit bien de la personnalité de ces maisons que l'on retrouve dans ces créations iconiques.

25. Plus encore, la jurisprudence a su reconnaître, dans un arrêt de 2015, dans le cadre d'une oeuvre collective, un droit moral à la personne morale. Si l'on reconnaît un tel droit à cette dernière, c'est bien à dire que quelque part, elle est auteur. Le droit moral est une protection qui touche directement l'auteur, notamment avec le droit de paternité, mais surtout, le droit moral est un droit inaliénable et imprescriptible qui perdure même lorsque l'oeuvre n'est plus protégée en tant que telle. Dès lors que ce droit est directement rattaché à la personne de

²⁴Cass. 1^{ère}, civ., ch., 15 janv. 2015, Soc. Orqual. et Cass. 1^{ère}, civ. 17 mars 1982, n°80-14.838

²⁵Bruguière, J-M. et Vivant, M. Droit d'auteur et droits voisins. Dalloz, 4e ed. 2019.

²⁶Cass. Com., 17 mars 2009, inédit, n°07-21.517

²⁷T. Com., 10 janvier 2008

²⁸ Tissu de laine d'origine écossaise et qui présente souvent deux couleurs arrangées en bandes ou en carreaux.

l'auteur, il n'est pas détonant de dire que si une personne morale dispose du droit moral, c'est qu'elle est auteur.

26. J-M. Bruguière et M. Vivant soulignent d'ailleurs très justement que « *des personnes morales organisent le processus de création, distribuent leur produit, ont un intérêt à protéger leur création. En d'autres termes, risquons ce propos hérétique : des personnes morales créent* »²⁹.

27. Néanmoins, bien que les nuances apportées soient toutes aussi intéressantes que justifiées, aujourd'hui, une maison de couture n'est pas considérée comme auteur, en tout cas, pas par les textes. Ainsi, si elle n'est pas auteur, elle pourra toutefois être titulaire des droits. Cette titularité peut s'acquérir soit par le biais d'une présomption, soit par la preuve d'une œuvre collective. Sur ces deux points, les archives vont être d'une utilité à mettre en lumière.

28. L'utilité des archives pour prouver la titularité des droits. Nous l'avons expliqué, une personne morale ne peut certes pas être auteur, mais elle peut être investie des droits patrimoniaux comme des droits moraux. Néanmoins, cette titularité peut être difficile à établir notamment dans les relations salariées. Les archives peuvent dès lors se montrer indispensables. En effet, s'il est conseillé aux maisons d'inclure des clauses de cession de droits d'auteur dans les contrats de travail avec les salariés, ce conseil n'est pas toujours suivi à la lettre. Dans cette perspective, le Code de la propriété intellectuelle dispose qu'un simple contrat de travail n'emporte aucune cession de droits au profit de l'employeur³⁰. Dès lors, si la maison veut bénéficier de la titularité des droits, elle va devoir s'attacher à caractériser soit, la présomption de titularité, soit, l'œuvre collective.

29. Sur la présomption de titularité. Alors que l'article L. 113-1 du Code de la propriété intellectuelle prévoit que « *La qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou ceux sous le nom de qui l'œuvre est divulguée* » et ne vaut que pour les personnes physiques³¹, la jurisprudence est venue créer une présomption de titularité pour les personnes morales. C'est l'arrêt « Aéro » qui va venir fonder cette présomption³², qui sera reprise de

²⁹Bruguière, J-M. et Vivant, M., *Op.cit.*

³⁰ Art. L. 111-1 CPI

³¹Paris, 4^e ch., 8 juin 1989 : *Jurisdata* n°1989-022891

³²Cass., 1^{ère} civ., 24 mars 1993, n°91-16.543

nombreuses fois, et que l'on peut définir comme suit : « *l'exploitation non équivoque d'une œuvre par une personne physique ou morale, sous son nom et en l'absence de revendication du ou des auteurs, fait présumer à l'égard du tiers recherché pour contrefaçon que cette personne est titulaire sur l'œuvre, qu'elle soit ou non collective, du droit de propriété incorporelle de l'auteur* »³³. Autrement dit, dès lors que la personne morale peut prouver qu'elle exploite de façon non équivoque une œuvre, alors elle pourra être considérée comme titulaire des droits d'auteur.

30. Il est ainsi conseillé à la maison, afin de pouvoir prouver ses actes d'exploitation de produire les documents suivants : la fiche produit de l'article de mode, les échanges et instructions qui ont eu lieu au cours de la fabrication du produit, des extraits de catalogue, des publicités, des factures de vente, une attestation certifiée par son expert-comptable ou son commissaire aux comptes³⁴.

31. Les documents précités sont des documents qui se trouvent au sein des archives d'une maison, c'est alors toute l'importance pour cette dernière de les avoir conservées. Grâce à ces précieuses pièces, la maison dispose de documents datés qui permettent de constater que la création développée par la maison est bien entrée sur le marché et a fait l'objet d'une commercialisation. Sans ces éléments, il peut être difficile de maintenir cette présomption et donc, de conserver la titularité des droits patrimoniaux et moraux. Voilà donc un premier intérêt que les maisons doivent avoir en tête lorsqu'elles s'interrogent sur le point de savoir s'il est bien nécessaire de conserver toutes ces pièces.

32. *Sur l'œuvre collective.* Si la maison n'a pas conclu de cession de droits d'auteur avec ses salariés ou qu'elle n'a pas su jouer de la présomption précitée, il lui reste encore la démonstration de l'œuvre collective afin d'obtenir la titularité des droits. Définie par le Code de la propriété intellectuelle, elle est « *l'œuvre créée par l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous son nom et dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur*

³³Cass., 1^{ère} civ., 10 juillet 2014, n°13-16.465

³⁴Malaurie-Vignal, M. et Legrand, S. *Les enjeux de la protection des créations de mode*. Revue Propriété industrielle n°10, étude 20. Octobre 2019.

l'ensemble réalisé »³⁵. Ainsi, les droits d'auteur de l'œuvre collective appartiennent à la personne physique ou morale sous le nom de laquelle elle est divulguée³⁶. Plusieurs conditions sont nécessaires afin de pouvoir bénéficier de la qualification d'œuvre collective : il faut un maître d'œuvre actif (la personne morale), une pluralité de contributeurs dont résulte une fusion des contributions³⁷, la personne morale doit diriger le processus créatif et, surtout, elle doit divulguer l'œuvre sous son nom. Finalement, il faut admettre que démontrer l'existence d'une œuvre collective n'est pas mince affaire et, un élément intéressant qui permet une preuve facilitée est de démontrer que l'on retrouve l'ADN de l'entreprise dans la création. Nous arrivons sur la seconde utilité des archives en matière de droit d'auteur. Quelques affaires connues en la matière témoignent de cette utilité. Nous proposons d'en étudier deux, l'affaire Van Cleef & Arpels et, l'affaire de l'Opéra et Orchestre National de Montpellier.

33. D'abord, l'affaire Van Cleef & Arpels³⁸. C'est le cas classique d'une maison qui n'a pas conclu de cession de droits d'auteur avec son salarié. Relativisons toutefois notre propos. La maison Van Cleef & Arpels avait proposé un contrat de travail accompagné d'une clause de cession de ses droits d'auteur à son salarié ; toutefois, ce dernier a refusé de signer. Dès lors, il entendait revendiquer des droits d'auteur sur les dessins qu'il avait réalisés pour le compte de la griffe qui, ensuite, réalisait des bijoux sur la base de ces dessins. L'affaire a fait grand bruit et c'est sur le terrain de l'œuvre collective qu'elle s'est résolue. Si nous reprenons les conditions précitées, il y a bien une personne morale, la maison Van Cleef & Arpels, qui est maître d'œuvre actif dans la création de ses bijoux. Ils sont le fruit de plusieurs contributeurs, dont le dessinateur, entraînant nécessairement une fusion des contributions (nous ne sommes pas en mesure de savoir qui a dessiné le bijou, qui a assemblé les différentes pièces...), la deuxième condition est également remplie. A priori, la maison divulgue également ses créations sous son nom. Enfin, se pose la question de savoir si Van Cleef & Arpels dirigeait effectivement le processus créatif. C'est ici qu'intervient la notion d'« ADN » de l'entreprise. En effet, s'il est possible de démontrer que l'on retrouve la « patte » de la griffe dans l'œuvre finale, c'est bien à dire que cette dernière a dirigé le processus créatif. Ainsi dans cette affaire, nous retiendrons l'argument des archives. Bien sûr, ce n'est pas le seul, mais le fait pour le salarié d'avoir réalisé ses dessins non seulement en respectant les directives artistiques de ses

³⁵ Art. L. 113-2 CPI

³⁶ Art. L 113-5 CPI

³⁷ Cela signifie que lorsque la création est achevée, nous ne sommes plus en mesure de savoir qui a réalisé quoi.

³⁸Cass., 1^{ère} civ., 19 décembre 2013, n°12-26.409

supérieurs, mais également en puisant dans le fonds d'archives de la maison, vient permettre à la Cour de consacrer l'œuvre collective. Le fait de puiser dans les archives traduit la griffe de la maison et non celle du dessinateur.

34. Finalement, en conservant ses archives, Van Cleef & Arpels fait d'une pierre deux coups sur ce point : non seulement elle permet à ses salariés de s'imprégner de son « ADN » et de son « esprit » mais, plus encore, elle parvient à démontrer l'œuvre collective qui lui permet d'obtenir les droits d'auteur sur ses créations.

35. Cette affaire est l'un des exemples phares pour asseoir l'utilité des archives dans l'établissement des droits de propriété intellectuelle, mais ce n'est pas le seul. Intéressons-nous désormais à une affaire, certes moins célèbre, mais tout aussi pertinente.

36. Ensuite, l'affaire de l'Opéra et Orchestre National de Montpellier³⁹. L'affaire est ici plus complexe. Un artiste-illustrateur, créateur de costumes, et auteur de bandes-dessinées travaillait en free lance avec un couturier. L'orchestre de Montpellier a sollicité ce dernier afin de réaliser des costumes et le couturier s'est naturellement rapproché de l'artiste-illustrateur pour qu'il travaille avec lui sur ce projet. Quant à l'opéra, il a commandé à l'artiste-illustrateur une prestation en tant qu'assistant aux costumes. Le problème apparaît : les illustrations de l'artiste-illustrateur sont utilisées par l'orchestre dans des affiches publicitaires ; il décide ainsi d'assigner l'orchestre en contrefaçon. Celui-ci appelle donc en garantie le couturier. Le débat sur l'œuvre collective s'ouvre. L'artiste-illustrateur soutient que « *ses illustrations ne constituent pas des œuvres collectives et qu'il les a réalisées, en vertu d'une commande de l'Opéra & Orchestre National de Montpellier, en l'absence de tout lien de subordination et de toute preuve d'instructions esthétiques et techniques précises pour chaque illustration* ». Quant au couturier, il considère que les « détails vestimentaires » des illustrations font partie de sa « patte » et qu'il les a largement utilisés lors de ses précédentes collections. Il affirme alors que les costumes et les illustrations témoignent de son style décalé et de sa « patte » spéciale et, par conséquent, que les illustrations constituent une simple contribution à une œuvre collective qui se traduit par les costumes. Les pièces apportées vont alors démontrer que les costumes ont été effectués à l'initiative et sous la direction du couturier dans le cadre de sa maison de haute couture. Ainsi, il est prouvé qu'une première réunion avait eu lieu au cours de laquelle des

³⁹CA Paris, 8 décembre 2015, n°14/20600

instructions générales et spécifiques à chaque personnage de l'opéra avaient été données par le couturier qui avait alors effectué un croquis accompagné d'indications manuscrites⁴⁰. Dès lors, non seulement le couturier a démontré que l'illustrateur avait suivi sa « patte » que l'on retrouve si bien dans ses anciennes collections (qui sont désormais des pièces d'archives), mais il a en plus concrétisé la présence d'une œuvre collective par l'apport au procès de croquis accompagnés de ses indications. Grâce à toutes ces pièces d'archives, le couturier a pu faire établir qu'il y avait une œuvre collective et l'illustrateur a finalement perdu sur le terrain des droits d'auteur.

37. Ces deux affaires démontrent bien dans quelles mesures les archives peuvent être fondamentales afin de prouver l'œuvre collective. Il faut toutefois nuancer le propos et maintenir le conseil aux maisons de luxe d'établir des contrats de cession de droits d'auteur avec leurs salariés. En effet, qu'il s'agisse de la présomption ou, de l'œuvre collective, le dernier mot revient au juge et il n'est jamais sûr pour une maison de passer par cette voie. Ainsi, l'on ne peut que conseiller aux maisons de conclure des contrats. Toutefois, pour celles qui n'en ont pas toujours conclus, il est intéressant de souligner que ces solutions, par le biais des archives, existent.

38. Si les droits d'auteur intéressent les créations esthétiques des maisons de luxe, tel est le cas également des dessins et modèles et, plus précisément, du dessin ou modèle communautaire non enregistré. Si une maison veut bénéficier d'une protection au titre du dessin ou modèle communautaire non enregistré, elle va devoir prouver la divulgation dudit modèle.

Section 2 : L'utilisation des archives pour prouver la divulgation au bénéfice de la protection au titre du dessin ou modèle communautaire non enregistré

39. L'attrait pour le dessin ou modèle communautaire non enregistré. Le dessin ou modèle communautaire non enregistré a été créé par le règlement (CE) n°6/2002 du 12 décembre 2001. L'intérêt premier de cette protection est qu'elle supprime l'exigence contraignante de dépôt d'un dessin ou modèle classique. Ainsi, par l'absence de dépôt, c'est

⁴⁰ Exemple : « *Que pour la comtesse Almagiva, après avoir indiqué « un corset SMALL, superposé franges châle, châles de tulle + broder, cage couleur », le couturier demande, sur le premier projet, de mettre un ruban en velours et une couleur de broderie plus large et précise encore que les broderies soient reliées par des franges de couleurs pastels, sur tulle transparent.* » Même arrêt.

une protection favorable à certains secteurs et notamment celui de la mode, en témoigne le considérant 16 du règlement : « *certaines secteurs produisent d'importantes quantités de dessins ou modèles destinés à des produits qui ont souvent un cycle de vie économique court, pour lesquels il est avantageux d'obtenir la protection sans devoir supporter les formalités d'enregistrement et pour lesquels la durée de protection joue un rôle secondaire* ». En effet, afin qu'une maison puisse obtenir l'appellation « haute couture », elle doit notamment présenter à Paris, pour chaque saison Printemps-Eté et Automne-Hiver, une collection avec au moins vingt-cinq passages de mannequins sur le podium⁴¹. Autant dire que cela représente de nombreux modèles établis chaque année. Or le cycle de vie d'une création, d'une collection, est relativement court et le dépôt d'un dessin ou modèle pourrait s'avérer élevé. Aussi, le dessin et modèle communautaire non enregistré semble efficace dans ce secteur notamment parce que la plupart des créateurs ne commencent à s'inquiéter de la protection de leurs dessins ou modèles que tardivement, après avoir été victimes des contrefacteurs⁴².

40. Aussi, l'article 11 du règlement CE n°6/2002 du 12 décembre 2001 dispose qu' « *un dessin ou modèle qui remplit les conditions énoncées dans la section 1 est protégé en qualité de dessin ou modèle communautaire non enregistré pendant une durée de trois ans à compter de la date à laquelle le dessin ou modèle a été divulgué au public pour la première fois au sein de la communauté* ». La suite de l'article prévoit que la divulgation au public peut se traduire par une publication, une exposition ou une utilisation dans le commerce ou par une tout autre manière, dès lors que, dans la pratique normale des affaires, « *ces faits pouvaient raisonnablement être connus des milieux spécialisés du secteur concerné, opérant dans la Communauté* ». La divulgation du modèle apparaît alors comme un point clé, la jurisprudence ayant d'ailleurs considéré que la divulgation permet d'invoquer la titularité du dessin ou modèle communautaire non enregistré⁴³.

41. Le créateur doit prouver la divulgation. En effet, le règlement considère qu'il n'y aura pas copie du modèle en cause si la prétendue contrefaçon résulte d'un travail indépendant réalisé par un créateur dont on peut raisonnablement penser qu'il ne connaissait

⁴¹Marriault, C. *Haute couture : seules 16 maisons bénéficient de la précieuse appellation en 2021*. Les Échos. 26 janvier 2021. <https://start.lesechos.fr/societe/culture-tendances/haute-couture-seules-16-maisons-beneficient-de-la-precieuse-appellation-en-2021-1284240>

⁴²Fischer, F. *Europe : le droit des dessins et modèles dans le secteur de la mode*. WIPO. Février 2008. https://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2008/01/article_0006.html

⁴³TGI Paris, 27 janvier 2011, Christian Dior Couture c/ Ash Distribution SARL et Sodilog, PIBD 2011, n°940, III, p. 370

pas le modèle précédemment divulgué⁴⁴. Ainsi, le principal point sera de prouver que le prétendu contrefacteur avait la possibilité d'avoir connaissance de l'existence de la divulgation du dessin ou modèle communautaire non enregistré.

42. « La connaissance raisonnable » prévue par le règlement s'entend de celle « des commerçants opérant dans le secteur ». En l'occurrence, il s'agira donc ici du secteur du luxe. Les maisons vont donc pouvoir et devoir conserver leurs archives afin de démontrer la divulgation. Il conviendra dès lors de rapporter des éléments tels que : des photographies et captures de défilés, des dossiers de presse, les publicités et campagnes de publicité, les sondages de notoriété, les photographies des modèles exposés lors d'exposition ou de rétrospectives et des catalogues y afférents. Autrement dit, il s'agira de produire toute pièce attestant du fait que la création a pu être connue par les acteurs du secteur de la mode.

43. Dès lors, si les archives se révèlent utiles en droit d'auteur et dessins et modèles, des exemples de leur efficacité se trouvent également en droit des marques.

Section 3 : Des exemples de l'utilité des archives en droit des marques

44. Le droit des marques est un droit de propriété intellectuelle régulièrement utilisé par les maisons de luxe. Nous ne reviendrons pas sur la protection qu'il confère, en revanche, notre étude va traiter de deux exemples présents en la matière qui permettent de démontrer, une fois de plus, en quoi les archives sont juridiquement intéressantes pour les maisons. Ces exemples relèvent de la distinctivité et de la renommée.

45. D'abord, la distinctivité. Conformément à l'article L. 711-1 du Code de la propriété intellectuelle « *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* ». Ainsi, seront rejetées à l'enregistrement ou pourront être déclarées nulles les marques dépourvues de caractère distinctif⁴⁵. Certaines marques rencontrent plus de difficultés que d'autres pour acquérir le caractère distinctif, tel est le cas notamment des

⁴⁴ Art. 19, paragraphes 2, du règlement (CE) n°6/2002

⁴⁵ Art. L. 711-2 CPI

marques de motifs. Une marque de motif consiste en un ensemble d'éléments qui se répètent de façon régulière, ainsi par exemple le carreau Burberry⁴⁶.

46. La cour d'appel de Paris, dans un arrêt du 14 décembre 2012, est venue rappeler que « *le fait que le carreau Burberry soit utilisé comme motif décoratif sur les chaussons en plus de son usage de marque ne fait pas obstacle à sa protection tant que le public concerné établit un lien entre le motif et la marque et qu'il ne perçoit pas exclusivement le signe comme une décoration* »⁴⁷. Aussi, les juges ont reconnu que « *le public concerné établit un lien entre le motif et la marque* » et « *ne perçoit pas exclusivement le signe comme une décoration* ».

47. L'idée est donc de déposer une marque de motifs qui transmet un message mémorable, la marque doit accrocher, marquer le consommateur afin de démontrer que le signe peut satisfaire au critère de distinctivité. Ainsi, tel est le cas du carreau Burberry mais également du motif cannage de Dior, la jurisprudence considérant qu'il permet au consommateur d'identifier l'origine commerciale d'un produit et qu'il est devenu emblématique de la maison⁴⁸, le tribunal de grande instance de Paris le qualifiant de « symbole » de la célèbre maison de couture⁴⁹. L'on pourrait aisément imaginer une décision similaire concernant le monogramme de Louis Vuitton.

48. Dans cette perspective, alors que l'on pourrait reprocher au déposant d'une marque de motifs que cette dernière se confond avec l'aspect des produits revendiqués dans le dépôt, les archives sont une arme utile aux fins de démontrer en quoi, justement, la marque se différencie desdits produits. L'idée ici est d'utiliser les archives des maisons de luxe afin de pointer les éléments caractéristiques, le caractère marquant, accrocheur, mémorable de la marque de motifs dans le dessein de caractériser une certaine distinctivité.

49. Par ailleurs, l'article L. 711-2 *in fine* du Code de la propriété intellectuelle dispose que « *le caractère distinctif d'une marque peut être acquis à la suite de l'usage qu'il*

⁴⁶Définition de la marque de motifs sur le site internet de l'EUIPO. [https://euipo.europa.eu/ohimportal/fr/trade-mark-definition#:~:text=Une%20marque%20de%20motif%20consiste,se%20r%C3%A9p%C3%A8tent%20de%20fa%C3%A7on%20r%C3%A9guli%C3%A8re.&text=Une%20marque%20de%20couleur%20\(couleur,couleur%20unique%20\(sans%20contours](https://euipo.europa.eu/ohimportal/fr/trade-mark-definition#:~:text=Une%20marque%20de%20motif%20consiste,se%20r%C3%A9p%C3%A8tent%20de%20fa%C3%A7on%20r%C3%A9guli%C3%A8re.&text=Une%20marque%20de%20couleur%20(couleur,couleur%20unique%20(sans%20contours)

⁴⁷CA Paris, 14 décembre 2012, n°12/05245

⁴⁸CA Paris, 12 novembre 2010 n°09/13667

⁴⁹TGI Paris, 13 janvier 2011, n°09/18025

en a été fait ». Autrement dit, il s'agira de démontrer qu'une marque est valable grâce à son usage prolongé, alors qu'elle n'était à l'origine pas distinctive. Il est intéressant de souligner que cette démonstration est plus aisée s'agissant des entreprises qui ont un budget communication conséquent, ce qui concerne bien souvent les maisons de luxe. Ainsi, les bandes déposées par la marque Adidas ont été jugées distinctives en raison de leur usage notoire⁵⁰, tout comme la marque Polo⁵¹.

50. Aussi, l'arrêt Windsurfing⁵² est venu préciser que l'appréciation du caractère distinctif se fait *in concreto* et que peuvent être pris en considération plusieurs éléments tels que la part du marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de l'usage de la marque ou encore la proportion des milieux intéressés qui identifie le produit comme provenant d'une entreprise déterminée grâce à la marque⁵³. Dès lors, le titulaire de la marque va devoir produire de nombreux documents afin de prouver l'usage de cette dernière et par conséquent, sa distinctivité.

51. Le titulaire qui se contentera de prouver le succès commercial de son produit ne sera pas à même de caractériser la distinctivité de sa marque. La démonstration doit aller plus loin, il faut montrer que les clients achètent le produit en raison de son origine : la fonction essentielle de la marque est de permettre au public d'identifier l'origine commerciale d'un produit, c'est donc ce point que le titulaire va devoir s'efforcer de prouver.

52. Entrent en jeu, une fois encore, les archives. Toutes les pièces qui ont été conservées, qui permettent d'asseoir la couverture médiatique du produit sur lequel est apposée la marque, le succès des ventes, les tentatives de plagiat, la présence de la marque dans les grands événements, les défilés, en bref, toutes les archives d'une maison seront plus qu'indispensables pour permettre d'établir le caractère distinctif d'une marque par l'usage car l'usage ne peut se prouver qu'au travers des pièces conservées par la maison.

53. Ensuite, la renommée. Le Code de la propriété intellectuelle prévoit une protection renforcée dès lors qu'une marque est qualifiée de marque de renommée. En effet,

⁵⁰CA Paris, 4e ch., sect. A, 12 novembre 1985 : [JurisData n° 1985-028762](#) ; PIBD 1986, n° 390, III, p. 179.

⁵¹CA Paris, 17 avril 2013, n° 12/12364 : [JurisData n° 2013-009104](#) ; PIBD 2013, n° 985, III, p. 1216

⁵²CJCE, 4 mai 1999, aff. C-108/97 et C-109/97, Winsurfing chiemsee produktions und vertriebs GmbH.

⁵³Malaurie-Vignal, M. *Distinctivité d'une marque figurative dans le domaine de la mode*. Propriété industrielle n°12, étude 25. Décembre 2015.

alors qu'une action en contrefaçon n'aboutira pas si les produits ou services des signes distinctifs ne sont ni identiques, ni similaires pour une marque « classique », elle pourra être couronnée de succès s'agissant d'une marque de renommée, en dépit du principe de spécialité⁵⁴.

54. Définir la marque de renommée n'est pas aisé et la jurisprudence a longtemps vacillé entre conception souple ou stricte⁵⁵. C'est finalement une conception stricte qui a été retenue par la Cour de justice des Communautés européennes : « *le public parmi lequel la marque antérieure doit avoir acquis une renommée est celui concerné par cette marque, c'est-à-dire en fonction du produit ou service commercialisé, soit par le grand public, soit par un public plus spécialisé* »⁵⁶. Concernant les maisons de luxe, alors que l'on pourrait penser que le public visé est un public spécialisé, nous pensons qu'il peut s'agir du grand public, un profane connaissant sans aucun doute les maisons de couture Chanel ou Dior.

55. La question est donc de savoir comment est-ce qu'une maison peut asseoir sa renommée dans le secteur du luxe. L'on peut considérer que la renommée s'établit à travers plusieurs choses : l'ancienneté, le prestige, le savoir-faire reconnu, la présence de produits iconiques, le talent des fondateurs et directeurs artistiques, la consécration publique, le succès commercial... etc.

56. Les archives retracent l'histoire de la maison : quoi de mieux que ces pièces afin d'établir l'ancienneté et le prestige de cette dernière. Les couvertures des magazines témoignent de la consécration publique de cette dernière. Les photographies ou vidéos de défilés présentent les pièces iconiques de la maison. Les croquis, tissus, dessins, pièces uniques, sont autant d'éléments qui permettent d'affirmer le savoir-faire acquis et maintenu au fil des décennies dès lors qu'ils témoignent de la technique et de la précision pérenne des couturiers.

57. Force est de constater que si une maison de luxe veut démontrer que sa marque est de renommée, elle devra produire de nombreuses pièces et documents, présents dans les archives, si elle a su constituer et maintenir son patrimoine. Dans le cas contraire, la maison aura bien du mal à démontrer sa renommée.

⁵⁴ Art. L. 713-3 CPI

⁵⁵ Prely, E. *L'atteinte à la marque de renommée* Sujet du prix APRAM 2019. Propriété industrielle n°6, étude 13. Juin 2019.

⁵⁶CJCE, 14 septembre 1998, *General Motors*, aff. C-375/97

58. La maison Chanel par exemple, au travers de ses archives et notamment de son incontournable veste, montre assurément sa place incontestable dans l'industrie du luxe et sa renommée est acquise depuis des décennies.

59. Nos développements au sein de ce chapitre ont permis d'établir qu'une maison de luxe doit incontestablement conserver ses archives aux fins d'établir ses droits de propriété intellectuelle. Le propos est d'autant plus vrai que les archives seront indispensables autant en droit d'auteur, qu'en droit des dessins et modèles et en droit des marques.

60. Lorsque les droits sont établis, la maison va parfois être amenée à défendre ses droits, qu'ils s'agissent de droits privatifs ou de droits non privatifs. Aussi, les archives seront également précieuses aux fins de défense des droits (**Chapitre 2**).

Chapitre 2 : L'utilisation des archives aux fins de défense des droits

61. Les maisons de luxe sont très régulièrement confrontées à la copie ou à l'imitation mises en œuvre par les industries de prêt-à-porter, voire, par leurs propres concurrents dans l'industrie du luxe. Dès lors, il est fréquent que ces maisons soient victimes de contrefaçon, parfois même, auteurs de contrefaçon. Plus encore, la concurrence déloyale est également une action inévitable au sein de l'industrie du luxe dès lors que certains concurrents n'hésitent pas à se placer dans le sillage des autres. Nous verrons dans cette perspective que les archives sont des armes redoutables dans une action en contrefaçon (**Section 1**) ou dans une action en concurrence déloyale (**Section 2**).

Section 1 : Les archives comme arme dans une action en contrefaçon

62. Marcel Proust disait « *Car l'instinct d'imitation et l'absence de courage gouvernent les sociétés comme les foules* »⁵⁷.

63. Alors que 37% des Français auraient déjà acheté, sans le savoir, des produits contrefaits, le secteur de la mode est sans conteste le milieu le plus impacté par la contrefaçon. D'après l'Union des Fabricants, la proportion est de 43% chez les 15-18 ans et Internet est le troisième lieu d'achat pour les faux⁵⁸.

64. L'Institut National de la Propriété Intellectuelle définit la contrefaçon comme « *la reproduction, l'imitation ou l'utilisation totale ou partielle d'un droit de propriété intellectuelle sans l'autorisation de son propriétaire* ». L'action en contrefaçon vient donc sanctionner cette utilisation non autorisée⁵⁹.

⁵⁷Proust, M. *A la recherche du temps perdu*. Sodome et Gomorrhe II. Éditions Gallimard. 1992.

⁵⁸Guinebault, M. *La mode reste le secteur le plus touché par la contrefaçon et Internet n'arrange rien*. Fashion Network. 12 juin 2019. <https://fr.fashionnetwork.com/news/La-mode-reste-le-secteur-le-plus-touche-par-la-contrefacon-et-internet-n-arrange-rien,1107181.html>

⁵⁹Définition de la contrefaçon sur le site de l'INPI. <https://www.inpi.fr/valoriser-vos-actifs/faire-face-la-contrefacon/quest-ce-quune-contrefacon>

65. Combattre une action en contrefaçon grâce aux archives. De manière générale, la protection des créations de luxe n'est pas aisée car, force est de constater qu'aujourd'hui, il est difficile de démontrer l'originalité ou le caractère propre d'une pièce dans un secteur aussi saturé que le luxe. Ainsi, les maisons vont devoir ménager leurs preuves afin d'établir clairement et objectivement les contours du droit qu'elles revendiquent.

66. Dans une action en contrefaçon, le demandeur argue qu'il dispose de droits. Il lui appartient alors d'apporter les preuves nécessaires pour établir ce droit. Il pourra ainsi utiliser ses archives pour prouver la date et le contenu de ses créations, autrement dit, pour prouver qu'il détient une antériorité. Quant au défendeur, selon le contentieux, qu'il relève du droit d'auteur ou des dessins et modèles, il va devoir respectivement venir combattre l'originalité ou la nouveauté et le caractère propre de la création. Dès lors, les archives lui seront tout autant utiles pour pointer ce défaut d'originalité, de nouveauté ou de caractère propre et, a contrario, démontrer que sa propre maison utilise par exemple le motif depuis bien plus longtemps que la société demanderesse.

67. Dans cette perspective, il ressort que le succès d'une action judiciaire dépendra de la capacité de chacune des parties à rassembler les pièces et ressources nécessaires, qu'il s'agisse pour le défendeur de pointer un défaut d'originalité ou de caractère propre, ou pour le demandeur d'apporter la preuve de la date et du contour de ses créations⁶⁰. Aussi, les archives sont fondamentales afin de bien fonder son action en contrefaçon ou, a contrario, afin de bien préparer sa défense au sein de cette même action.

68. Plus encore, le défendeur pourra opposer au demandeur diverses demandes reconventionnelles. En effet, le contradicteur est en mesure, régulièrement, d'opposer une demande reconventionnelle en déchéance si le contentieux est en droit des marques ou une demande reconventionnelle pour dépôt frauduleux en droit des marques comme en droit des dessins et modèles. Là encore, les archives se révèlent être des éléments de preuve indispensables.

⁶⁰Malaurie-Vignal, M et Legrand, S. *Op. cit.*

69. *Combattre une demande reconventionnelle en déchéance de marque grâce aux archives.* Le Code de la propriété intellectuelle dispose qu' « *encourt la déchéance de ses droits le titulaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux pour les produits ou services pour lesquels la marque est enregistrée, pendant une période ininterrompue de cinq ans.* »⁶¹. Dans le cadre de cette action, c'est au titulaire de la marque dont la déchéance est demandée de prouver son exploitation⁶².

70. Aussi, si un demandeur se voit opposer une demande reconventionnelle en déchéance de marque, il va devoir prouver l'usage sérieux de cette dernière. Une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'origine des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée à l'exclusion des usages à caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque⁶³. L'appréciation de cet usage doit reposer sur l'ensemble des faits et des circonstances propres à établir la réalité de l'exploitation commerciale de la marque, en particulier les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, l'étendue et la fréquence d'usage de la marque⁶⁴.

71. L'action en déchéance de marque peut être très difficile à défendre dès lors que le défendeur n'a ménagé aucune preuve de son exploitation. Alors que l'étendue et l'usage fréquent de la marque se prouvent aisément grâce aux archives, en délicate position sera la maison qui n'a rien conservé.

72. En effet, lorsqu'une maison de luxe veut établir qu'elle exploite bien la marque qu'elle a déposée, elle pourra produire divers éléments de preuve issus de ces archives, tels que des couvertures de magazines, des photographies de ses diverses collections exposées dans différents points de vente, la vidéo d'un défilé dont les produits portent la marque, des pièces uniques datant de différentes années pour asseoir l'utilisation de la marque à travers le temps, les croquis, qui sont particulièrement intéressants pour dater un modèle.

⁶¹ Art. L. 714-5 CPI

⁶² Art. L. 716-3-1 CPI

⁶³ CJCE, 11 mars 2003, Ansul, C-40/01

⁶⁴ Même arrêt

73. *Combattre une demande reconventionnelle pour dépôt frauduleux grâce aux archives.* En droit des marques comme en droit des dessins et modèles, la demande reconventionnelle pour dépôt frauduleux consiste, si un enregistrement a été demandé soit en fraude des droits d'un tiers, soit en violation d'une obligation légale ou conventionnelle, pour la personne qui estime avoir un droit, d'en revendiquer sa propriété en justice⁶⁵. Le contentieux n'est pas très fourni en la matière, surtout s'agissant des maisons de luxe, mais il existe pour autant une affaire concernant la société Cacharel qui est intéressante à mettre en lumière pour le développement de notre propos⁶⁶.

74. En l'espèce, la société Cacharel soutenait que le dépôt de la marque « C », par la société Carven, pour désigner des produits identiques au sien, était frauduleux dès lors qu'une cohabitation entre elles pour l'usage de leurs marques respectives avaient été établies. La défense de la société Carven est alors en tous points pertinente. Cette dernière va produire de nombreux documents parmi lesquels nous retrouvons des extraits de son site internet, comprenant plusieurs photographies des années 50, montrant la boutique Carven des Champs Elysées à Paris. Également, le livre de la maison Carven, des numéros de revues comme Vogue, Les Jardins de la Mode, toutes conservées par le Musée Galliera auquel madame Carven a fait don de toutes ses archives. Il ressort de toutes les pièces présentées par la maison Carven que le signe « Carven » et la lettre « C » font l'objet d'un usage depuis 1952 et qu'elle est ainsi fondée à revendiquer un usage antérieur sur le signe « C ». Aussi, le dépôt de la marque « C » n'est pas frauduleux, en sus du fait que la société Cacharel ne déteint elle-même plus de droit opposable sur ce signe, le tribunal ayant prononcé la déchéance de sa marque.

75. Cette affaire s'inscrit parfaitement dans notre démonstration et est un exemple concret sur la manière dont les maisons de luxe peuvent utiliser leurs archives afin de combattre une demande reconventionnelle pour dépôt frauduleux.

76. Finalement, les archives sont une arme redoutable lorsqu'il s'agit pour les maisons de défendre leurs droits de propriété intellectuelle et elles doivent absolument les conserver pour se ménager des preuves solides.

⁶⁵ Art. L. 712-6 et L. 511-10 CPI

⁶⁶ CA Paris, Pôle 5, 21 février 2014, n° 2013/08487

77. Ce qui est vrai pour l'action en contrefaçon l'est également pour l'action en concurrence déloyale et sur ce point, les archives sont les bienvenues pour combattre cette action.

Section 2 : Les archives comme arme dans une action en concurrence déloyale

78. C'est l'article 10 bis de la Convention Union de Paris qui définit la concurrence déloyale. Ainsi « *constitue un acte de concurrence déloyale tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale* ». Cette action repose sur la responsabilité civile et les articles 1240 et 1241 du Code civil. C'est une action autonome à l'action en contrefaçon qui peut être engagée parallèlement, mais qui doit se baser sur des fondements différents, sauf à considérer que l'une est demandée à titre principale et l'autre à titre subsidiaire.

79. Il existe divers actes de concurrence déloyale au titre desquels se retrouvent : l'imitation ou la confusion, la désorganisation interne ou externe, le dénigrement et, le parasitisme. Nous précisons que dans l'intérêt de notre développement, il est intéressant de s'arrêter rapidement sur la concurrence déloyale par imitation ou confusion et, plus en détails sur le parasitisme.

80. Sur la concurrence déloyale par confusion ou imitation. La confusion est le fait pour un commerçant de créer une confusion avec l'un de ses concurrents ou ses productions et de tirer profit des erreurs ainsi commises par la clientèle. La confusion peut porter sur les produits (emballage identique, couleurs semblables) ou sur les établissements (dénomination proche, agencement de boutique similaire). La faute est constituée même si la confusion n'était pas recherchée. Le fait de ne s'être pas suffisamment éloigné d'un concurrent suffit à caractériser la négligence fautive.

81. L'on retrouve ici une idée similaire à notre propos sur l'action en contrefaçon. Le demandeur à l'action en concurrence déloyale s'évertuera à démontrer qu'il utilise, par exemple, un *packaging* de parfums depuis des années : la maison pourra tirer de ses archives des *packaging* conservés et attester de cette utilisation par des publicités, des comptes-rendus d'équipe sur le développement de ce *packaging*, en bref, tout ce qui est nécessaire à démontrer

que la maison usait de ce *packaging* depuis longtemps et que la maison défenderesse a créé une confusion avec elle par l'imitation. De son côté, la maison en défense se livrera à la même bataille de pièces afin de démontrer qu'elle présentait le *packaging* en cause bien avant l'autre maison et qu'elle n'a jamais créé d'imitation entraînant une confusion et, en conséquence, qu'elle n'a jamais induit en erreur le consommateur. Nous soulignons toutefois que chacune des maisons de luxe a aujourd'hui une notoriété acquise, ce qui permet d'éviter, en général, le risque de confusion. Cette action est donc minoritaire, bien qu'intéressante pour la confusion créée par les enseignes de prêt-à-porter. Au sein du secteur du luxe strictement entendu, il est plus pertinent de s'arrêter sur le parasitisme.

82. Le 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* »⁶⁷. Le Professeur Y. Saint-Gal distingue la concurrence parasitaire des agissements parasitaires, selon qu'il existe ou non un lien de concurrence. Dans le parasitisme, nul besoin de caractériser un risque de confusion.

83. Dans le secteur du luxe, le parasitisme en question sera généralement de la concurrence parasitaire : le tiers parasite choisit sa victime parmi ses concurrents et va capter ses investissements de recherches, communication, en offrant des produits complémentaires portant des noms proches de ceux de sa victime, ou présentés pareillement mais sans pour autant que la clientèle ne se trompe. La cour d'appel de Paris a alors rappelé que « *Le parasitisme est constitué lorsqu'une personne physique ou morale à titre lucratif, de façon injustifiée, copie une valeur économique d'autrui, individualisée, lui procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements* », le parasite se place dans le sillage d'une entreprise en profitant indûment de la notoriété acquise ou des investissements, portant ainsi atteinte à l'usage paisible et loyal du commerce⁶⁸.

84. Dans le monde du luxe et, plus précisément de la haute couture, la concurrence parasitaire est difficile à établir. En effet, les maisons revisitent, détournent, réinventent des pièces iconiques d'autres en y apportant leur empreinte. Il est assez difficile de démontrer une

⁶⁷ Com. 26 janvier 1999, n°96-22.457

⁶⁸ CA Paris, 31 mai 2017, Décathlon c/ Carrefour, v. Un an de droit de la concurrence déloyale, J.Larrieu, Propriété industrielle, LexisNexis. Octobre 2017.

concurrence parasitaire alors que toutes les maisons suivent le même sillage, en se l'appropriant.

85. Dès lors, si une action en concurrence parasitaire survient, il conviendra de brandir ses archives pour faire valoir une absence de suivisme, autrement dit, pour faire valoir que l'on ne s'est pas immiscé dans le sillage du demandeur.

86. En 2014, une affaire a opposé la société Dior à la société Ferragamo. Était notamment reproché à la société Ferragamo un acte de parasitisme en ce qu'elle utilisait pour un parfum un nœud surplombant ce dernier, ce qui n'était pas sans rappeler le parfum Miss Dior⁶⁹. La Cour de cassation ici souligne « *la reprise d'éléments caractéristiques fortement évocateurs du parfum miss Dior* », et précisément la présence d'un nœud au niveau de l'embout du flacon. La société Ferragamo avait fait valoir ses archives aux fins de démontrer qu'elle utilisait son nœud « Vara » depuis 1978 et se retrouvait sur diverses créations. La Cour de cassation ne cède toutefois pas à l'argumentaire et s'aligne sur la cour d'appel qui avait relevé que le parfum de la société Ferragamo témoignait des ressemblances frappantes avec le parfum de la société Dior, tant par son emballage que son flacon et ses publicités. La société Ferragamo fut condamnée pour concurrence parasitaire⁷⁰.

87. Pour assurer une défense efficace, il n'était pas suffisant de se contenter de prouver que le nœud était ancré dans le style de la maison. Nous l'avons déjà souligné à plusieurs reprises, le succès d'une action en justice dépendra de la capacité des parties à accumuler et rassembler les pièces nécessaires à prouver leur bien fondé ou à se défendre. Dès lors, la société Ferragamo aurait dû présenter d'autres pièces afin de démontrer que l'emballage était lui aussi ancré dans la griffe, que son style de publicité avait toujours été celui-là... etc. Néanmoins cela nécessite d'avoir gardé des archives qui peuvent en témoigner, et l'on ne peut que regretter le fait que de nombreuses maisons ne disposent pas de toutes leurs archives.

88. En conclusion. Il ressort de cette première partie que les archives présentent un intérêt juridique conséquent pour les maisons de luxe, qu'il s'agisse d'établir leurs droits de propriété intellectuelle ou de défendre leurs droits. Dans le cadre de l'établissement de leurs droits, les archives seront utiles dans tous les domaines, que ces maisons choisissent de recourir

⁶⁹ Voir Annexe 3

⁷⁰Cass. com., 4 février 2014, n° 13-11.044

au droit d'auteur, au droit des dessins et modèles ou au droit des marques. S'agissant de la défense de leurs droits, les archives sont opportunes tant pour une action en contrefaçon qu'une action en concurrence déloyale, mais également s'agissant des diverses demandes reconventionnelles qui peuvent être opposées au cours d'un procès. Nos propos démontrent bien que les maisons doivent prendre en compte ces divers intérêts juridiques quand se pose la question de savoir s'il est bien utile de garder toutes les pièces afférentes à la maison. En effet, plus les pièces sont nombreuses, datées et revêtant une réelle force probante, plus le dossier sera solide et meilleures seront les chances de succès.

89. Dès lors, s'il est important juridiquement de conserver les archives, les maisons de luxe peuvent s'interroger sur le point de savoir comment est-ce qu'elles peuvent protéger leurs archives. C'est ainsi que notre partie 2 s'intéressera aux moyens juridiques à la disposition des maisons de luxe pour protéger leurs archives (**Partie 2**).

Partie 2 : Des moyens juridiques à la disposition des maisons de luxe pour protéger leurs archives

90. La première partie de notre développement témoigne de l'importance que représente les archives pour les maisons. En effet, comme nous l'avons expliqué, de nombreux intérêts juridiques se rattachent à ces « *capsules du temps* »⁷¹. Dès lors que leur importance est manifeste, il est plus que nécessaire pour les maisons de luxe de les protéger. La protection des archives des maisons de luxe en tant que telle est un sujet peu abordé en pratique, alors même que sa valeur est considérable. Ainsi, au sein de cette seconde partie, notre propos aura pour objectif d'envisager différentes pistes de protection. Nous commencerons par aborder la protection des archives par la propriété littéraire et artistique (**Chapitre 1**), avant de nous intéresser à la protection des archives par les droits non privatifs (**Chapitre 2**). Enfin, nous aborderons la question de la blockchain comme une perspective de protection des archives (**Conclusion prospective**).

Chapitre 1 : La protection des archives par la propriété littéraire et artistique

91. Si les archives sont un véritable atout pour la propriété intellectuelle et, notamment, l'établissement des droits de propriété intellectuelle, il faut souligner que la propriété intellectuelle elle-même, et notamment la propriété littéraire et artistique, peut venir au soutien de ces archives. Dans cette perspective, il convient de souligner que le droit d'auteur peut être appréhendé afin de protéger les archives et plus particulièrement le droit de divulgation (**Section 1**). Par ailleurs, il est possible d'envisager une protection à travers le droit des bases de données (**Section 2**).

⁷¹ Côme Rémy cité par Issad T. *Op. cit.*

Section 1 : La protection des archives par le droit d'auteur au prisme du droit de divulgation

92. Le droit de divulgation est un droit moral. Le droit de divulgation appartient à l'auteur qui a seul le droit de divulguer son œuvre⁷². La notion n'est pas définie par le Code de la propriété intellectuelle et c'est essentiellement la jurisprudence qui est venue affiner les contours de la notion de divulgation. Ainsi, la preuve du consentement de l'artiste à la divulgation résulte de situations de fait associées au dessaisissement à titre définitif de l'œuvre⁷³. N'est pas considéré comme une preuve du consentement de l'artiste le simple fait pour un peintre d'abandonner une de ses toiles dans une salle à l'occasion d'une exposition⁷⁴, ni le dépôt en bibliothèque d'une thèse parce que celui-ci est imposé par la loi⁷⁵.

93. Quelques jurisprudences sont alors venues s'intéresser aux archives et, notamment, sur le point de savoir dans quelle situation il y a autorisation de divulgation ou divulgation d'une archive. De la sorte, le dépôt d'archives privées aux Archives nationales ne vaut pas divulgation par l'auteur de son œuvre⁷⁶. De même, l'autorisation de divulgation ne peut résulter implicitement de la permission accordée par les titulaires des droits moraux de consulter leurs fonds d'archives⁷⁷. Enfin, lorsque les auteurs de manuscrits privés ou leurs ayants droit ont déposé des documents aux Archives nationales pour assurer leur conservation, ce dépôt ne les prive pas du droit de décider de leur divulgation et l'accord passé avec l'administration n'emporte pas à lui seul autorisation de divulgation, en sorte qu'un historien qui utilise ces textes pour ses ouvrages sans avoir obtenu leur autorisation, commet un acte de contrefaçon⁷⁸.

94. Le droit de divulgation permet de protéger les archives. Le Code de la propriété intellectuelle prévoit que la possession matérielle d'une œuvre n'emporte pas cession des droits de propriété intellectuelle qui y sont rattachés⁷⁹. Ainsi, bien souvent, si les maisons ne sont plus matériellement propriétaires de leurs archives (si, par exemple, elles les ont

⁷² Art. L. 121-1 CPI

⁷³ TGI Paris, 2 mai 1990

⁷⁴ Paris, 1^{ère} ch., 10 septembre 2001, Juris-Data n°2001-015056

⁷⁵ Douai, 1^{ère} ch., 3 juillet 2012, n°11/03647

⁷⁶ Paris, 25 avril 1966, Grosclaude et a. c/ Marquis et Marquise de Rosenbo

⁷⁷ TGI Paris, 21 septembre 1994

⁷⁸ Civ. 1^{ère}, 15 janvier 1969, Publié au Bulletin

⁷⁹ Art. L. 111-1 CPI

déposées aux Archives nationales) elles demeurent néanmoins propriétaires des droits de propriété intellectuelle qui y sont rattachés.

95. Dans cette perspective, le Code de la propriété intellectuelle vient sanctionner au titre de la contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur⁸⁰. Si tous les droits de l'auteur sont visés, il faut considérer que cela inclut les droits moraux et, notamment, le droit de divulgation.

96. L'article 6 du traité de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle sur les droits d'auteur dispose que « *les auteurs d'œuvres littéraires et artistiques jouissent du droit exclusif d'autoriser la mise à la disposition du public de l'original et d'exemplaires de leurs œuvres par la vente ou tout autre transfert de propriété* ». Le principe veut que le droit de divulgation constitue un fait matériel qui s'épuise par la première communication au public. Le concept de divulgation au public est interprété strictement. Dans cette perspective, la jurisprudence a pu considérer qu'il y avait violation du droit moral de divulgation dans des situations de vente aux enchères par un tiers d'œuvres détenues par des tiers mais dont la divulgation n'avait pas été décidée par l'auteur.

97. Chaque maison sera décisionnaire du moment de la première divulgation de ses archives au public, peu importe qu'elles se soient retrouvées dans les mains d'un tiers. Cela est encore plus vrai pour les archives qui n'ont pas été intégralement reprises dans un modèle et pour lesquelles l'absence de divulgation est incontestable.

98. Pour les archives ayant servi de modèles, le prétendu contrefacteur devra prouver qu'il y bien eu divulgation, ce qui n'est pas facile. En effet, il est possible de considérer que si une archive n'a été que partiellement reprise dans une création, alors celle-ci n'a pas été divulguée. Plus encore, la maison pourrait se défendre en arguant que l'archive est une œuvre distincte et que les créations découlant de cette dernière sont des œuvres composites, seules ces dernières ayant fait l'objet d'une divulgation. Une œuvre composite est « *l'œuvre nouvelle à laquelle est incorporée une œuvre préexistante sans la collaboration de l'auteur de cette dernière* »⁸¹.

⁸⁰ Art. L. 335-3 CPI

⁸¹ Art. L. 113-2 CPI

99. Par exemple, nous avons évoqué plus en amont de notre développement la récente collection « BOTANICA » de la maison Tiffany & Co. Si ce sont les archives qui ont inspiré cette collection, seules les créations issues de cette inspiration sont divulguées. Or les archives à l'origine de ces créations demeurent, pour certaines, secrètes. Dès lors, cet exemple traduit la possibilité de considérer les nouvelles pièces comme des œuvres composites divulguées, là où les archives ne le sont pas.

100. A ce titre, si les archives de la maison Tiffany & Co avaient été divulguées sans l'autorisation de la maison, alors cela aurait probablement empêché leur exploitation et aurait affaibli la protection de la collection « BOTANICA » réalisée à partir de ces archives.

101. En résumé, le droit de divulgation est un moyen efficace pour les maisons de luxe de prendre soin de leurs archives. Evidemment, cette protection ne sera efficace que lorsque cela concerne des créations originales. Ainsi, chaque fois qu'une maison de luxe sera en mesure de caractériser l'originalité d'une pièce d'archive et, que cette dernière aura été divulguée sans son autorisation, alors la maison pourra obtenir une condamnation au titre du droit d'auteur. L'exemple classique serait un ancien salarié de la maison qui serait parti avec une pièce d'archive dans l'espoir de la revendre au prix fort lors d'une vente aux enchères.

102. Pour les archives ne traduisant aucune originalité, il conviendra de se référer à notre développement sur la protection par les droits non privatifs.

103. Si ce premier volet est tout à fait intéressant pour les maisons souhaitant protéger au mieux leurs archives, il faut également s'intéresser au droit des bases de données qui, dans une certaine mesure, est à étudier afin de voir si, en pratique, c'est un outil permettant la protection des archives.

Section 2 : L'éventuelle protection des archives par le droit des bases de données

104. L'on pourrait envisager une protection des archives par le droit des bases de données. C'est la Directive du 11 mars 1996 concernant la protection juridique des bases de

données⁸², transposée en 1998⁸³, qui vient introduire en France un véritable droit des bases de données. La protection de ces dernières relève du droit d'auteur et du droit *sui generis*. Nous reviendrons sur ces deux notions d'ici quelques lignes.

105. Le droit des bases de données est défini par l'article L.112-3 du Code de la propriété intellectuelle qui dispose qu' « *on entend par base de données un recueil d'œuvres, de données ou d'autres éléments indépendants, disposés de manière systématique ou méthodique, et individuellement accessibles par des moyens électroniques ou par tout autre moyen* ».

106. Les archives d'une maison sont composées de pièces uniques, de croquis, de photographies, d'articles de presse, de couvertures de magazines, de vidéos... etc. Ces différents éléments, si précieux, pour une maison de luxe, peuvent tout à fait constituer un recueil d'œuvres, de données, d'éléments indépendants les uns des autres. Il faut ensuite que ces éléments soient disposés de manière systématique ou méthodique. Or, les archives sont généralement triées, classées, rangées, dans un ordre défini, bien souvent, un ordre chronologique ou thématique. Chacune de ces pièces doit être individuellement accessible, ce qui est envisageable en pratique puisque nous pouvons tout à fait accéder à une pièce en particulier au sein des archives. Enfin, il faut pouvoir accéder aux différents éléments par des moyens électroniques ou par tout autre moyen. Là encore, les archives semblent cadrer avec la définition dès lors qu'il est possible de les consulter par le biais d'archives papiers ou numériques, directement en ligne ou dans le fonds d'archives des maisons. Les bases de données sont protégeables qu'elles soient sous une forme électronique ou une autre forme comme un recueil papier, par exemple.

107. Les archives semblent donc pouvoir cadrer avec la définition d'une base de données. Comme nous l'avons dit, il convient de distinguer le droit sur le contenant, protégé par le droit d'auteur et, le droit sur le contenu, protégé par le droit *sui generis*.

⁸²Directive 96/9/CE concernant la protection juridique des bases de données

⁸³Loi n° 98-536 du 1er juillet 1998 portant transposition dans le code de la propriété intellectuelle de la directive 96/9/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mars 1996, concernant la protection juridique des bases de données

108. Pour bien comprendre la distinction, nous pouvons citer un exemple classique en jurisprudence, certes, tout à fait éloigné de la notion d'archives et de maison de luxe, mais suffisamment clair pour nous aider à bien comprendre. Dans une affaire concernant les droits portant sur un annuaire réalisé par France Télécom, la Cour de cassation a précisé que la cour d'appel était venue protéger par le droit *sui generis* non pas l'annuaire, mais la base de données constituée à partir des informations résultant de l'annuaire et enrichies par elle⁸⁴. A ce titre, l'on ne vient plus protéger la structure de la base mais ce qu'elle contient. L'investissement vient se substituer à l'originalité et le bénéficiaire n'est plus l'auteur mais le producteur⁸⁵.

109. La protection du contenant. Protéger le contenant revient à protéger l'architecture de la base. Une base de données vient traduire un travail spécifique de celui qui la développe. Ce travail est celui de l'arrangement des informations, de la mise en corrélation de ces dernières. Le travail effectué dépasse la simple juxtaposition des données et c'est pour cette raison qu'une protection par le droit d'auteur est envisagée. A ce titre, se retrouve la notion d'originalité. En effet, l'architecture de la base sera protégée que lorsqu'elle traduit l'empreinte de la personnalité de son auteur⁸⁶. Dès lors, la question est celle de l'existence d'une activité créative ayant précédé la conception de la base de données⁸⁷.

110. Il est absolument nécessaire que la structure soit considérée comme originale afin de pouvoir la protéger alors même qu'elle contient chaque pièce d'archive. L'originalité peut se manifester dans la composition ou l'expression ou encore dans le choix ou dans la disposition des matières. Cette appréciation se fait au cas par cas et la jurisprudence est venue préciser les contours de ce que l'on entend par originalité au titre de l'architecture d'une base de données. Dans cette optique, « *une banque de données organisée pour être offerte aux consultations des utilisateurs, peut être qualifiée d'œuvre de l'esprit et bénéficier à ce titre de la protection qui s'attache au droit d'auteur lorsqu'elle comporte un apport intellectuel caractérisant une création originale, laquelle exclut la reprise d'éléments du domaine public, s'apprécie au regard du plan, de la composition, de la forme, de la structure, du langage et, plus généralement, de l'expression de l'œuvre en cause, et exige de son auteur la preuve d'un*

⁸⁴Cass. Com., 23 mars 2010, n°08-21.768

⁸⁵J-M Bruguière et M. Vivant, *Op.cit.*

⁸⁶CJUE, Infopaq, 16 juillet 2009, C-5/08 et CJUE, 1^{er} décembre 2011, Eva Painer, C-145/10, définition de la notion d'originalité : « création intellectuelle de l'auteur reflétant la personnalité de ce dernier se manifestant par des choix libres et créatifs ».

⁸⁷ Comment protéger juridiquement une base de données ? <https://www.ipside.com/fr/guide-pi/protection-brevet-marque-comment/ma-base-de-donnees>

effort personnalisé dépassant la mise en œuvre d'une logique automatique et contraignante dans la conception et l'écriture du programme »⁸⁸, ainsi, « le choix ou la disposition des données qu'elle contient constitue une expression originale de la liberté créatrice de son auteur, ce qu'il appartient à la juridiction de vérifier »⁸⁹.

111. Qu'en est-il des archives des maisons de luxe ? Nous l'avons dit, les archives sont triées, classées, organisées, bien souvent rangées par ordre chronologique ou thématique. La jurisprudence n'ayant jamais eu à se prononcer sur ce point, il nous appartient d'y réfléchir au regard de nos propos établis ci-dessus. Néanmoins la question n'est pas simple, en effet, s'il faut une expression originale de la liberté créatrice de son auteur, de quel auteur parlons-nous ? Nous avons vu en première partie qu'une maison ne pouvait être considérée comme auteur. Aussi, il pourrait s'agir de l'archiviste de la maison, avec qui il sera nécessaire de conclure un contrat de cession de droits d'auteur ou alors, la maison elle-même, si elle peut qualifier sa base de données d'œuvre collective. Quoi qu'il en soit, il n'est pas certain qu'une simple classification par ordre chronologique soit suffisante pour qualifier l'architecture d'originale. Nuançons toutefois le propos : si l'ordre chronologique est simplement choisi pour de simples considérations méthodiques, il n'est effectivement pas certain que l'originalité soit caractérisée. En revanche, si l'ordre chronologique est choisi pour des considérations historiques afin de restituer et perpétuer l'histoire de la maison, alors cette justification pourrait aider à démontrer l'originalité. Par ailleurs, l'ordre thématique, traduisant l'idée selon laquelle la maison organise ses archives par collections ou, par pièces (par exemple : la catégorie des escarpins, la catégorie des tailleurs... etc) peut également venir concrétiser une certaine originalité. Dès lors, si originalité il y a, la protection de l'architecture de la base de données par le droit d'auteur peut s'établir.

112. La protection du contenu. Le producteur d'une base de données est la personne qui prend l'initiative et le risque des investissements correspondants. Il va bénéficier d'une protection du contenu de la base lorsque la constitution, la vérification ou la présentation de celle-ci atteste d'un investissement financier, matériel ou humain substantiel. C'est une protection indépendante, qui vient s'exercer sans préjudice du droit d'auteur ou d'un autre droit sur la base de données ou un de ses éléments constitutifs⁹⁰. C'est le producteur de la base de

⁸⁸Paris, 15 janvier 1997

⁸⁹CJUE, 12 mars 2012, C-604/10

⁹⁰ Art. L. 341-1 CPI

données qui va venir bénéficier de la protection du contenu, protection qui se traduit par un droit *sui generis*. Le droit sur le contenu est un droit sur l'investissement.

113. Pour bénéficier de cette protection, le producteur va devoir prouver la réalité d'un investissement substantiel, apprécié de manière quantitative et/ou qualitative. Cet investissement se traduit soit par l'obtention, la constitution, la vérification ou la présentation du contenu de la base. Selon la Cour de Justice de l'Union Européenne, la notion d'investissement doit s'entendre comme désignant les moyens consacrés à la recherche d'éléments existants et à leurs rassemblements dans la base de données. Elle ne comprend pas les moyens mis en œuvre pour la création des éléments constitutifs du contenu d'une base de données⁹¹. Enfin, l'investissement doit avoir un caractère substantiel. A ce titre, il est possible de retenir le travail de mise à jour et de renouvellement de la base de données à condition de pouvoir chiffrer les investissements financiers, matériels et humains⁹².

114. Là encore, qu'en est-il des archives des maisons de luxe ? Plusieurs possibilités se rattachent aux maisons de luxe. En effet, soit elles ont conservé dès l'origine leurs pièces d'archives, soit elles ont laissé leur patrimoine s'éparpiller au fil des décennies et il leur appartient de reconstituer ce patrimoine. En tout état de cause, il est possible d'envisager que la maison de luxe produit un investissement pour l'obtention, la constitution, la vérification et la présentation de sa base de données. Ainsi, l'on peut considérer qu'une maison de luxe peut profiter de la protection *sui generis*.

115. Néanmoins, force est de constater que les archives des maisons de luxe vont plus loin que la simple protection d'un investissement économique. Le but de protéger les archives n'est pas seulement de protéger les investissements économiques mais aussi, et surtout, de protéger les créations intellectuelles, l'histoire, le patrimoine et le savoir-faire de la maison.

116. Finalement, le droit des bases de données, qu'il s'agisse de la protection du contenant ou du contenu est envisageable pour protéger les archives des maisons de luxe. Toutefois, cette protection est à relativiser puisqu'il n'est pas certain que l'originalité soit démontrée à chaque fois ou, que la base de données se limite à la seule volonté de protéger des investissements économiques.

⁹¹CJCE, 9 novembre 2004, C-203/02

⁹²TGI Paris, 5 septembre 2001

117. Si la propriété littéraire et artistique semble efficace aux fins de protection des archives des maisons de luxe, cette dernière demeure cependant assez limitée. En effet, qu'il s'agisse du droit de divulgation ou, du droit des bases de données, nous avons vu qu'un aléa peut être présent et venir perturber la bonne protection des archives. Or, la maison de luxe a besoin d'être certaine que ses archives sont protégées efficacement. C'est pourquoi il convient de s'intéresser à la protection des archives des maisons de luxe au prisme des droits non privatifs (**Chapitre 2**).

Chapitre 2 : La protection des archives par les droits non privatifs

118. Les droits privatifs de la propriété intellectuelle et, notamment, la propriété littéraire et artistique, apparaissent assez limités pour préserver les archives des maisons de luxe. Nous proposons donc de nous intéresser aux droits non privatifs, qui peuvent s'avérer peut-être plus efficaces au titre de cette protection. Aussi, nous allons aborder la protection par le secret des affaires (**Section 1**) et, la protection par le contrat (**Section 2**).

Section 1 : La protection des archives par le secret des affaires

119. **Aristote Socrate Onassis** disait « *Le secret des affaires est de savoir quelque chose que personne d'autre ne sait* ».

120. Le secret des affaires est une nouveauté législative apparue en 2018 grâce à la loi relative à la protection du secret des affaires⁹³. Cette loi vient transposer la directive européenne relative à ce sujet⁹⁴. C'est une avancée majeure en droit français qui vient consacrer cette protection aux articles L. 151-1 et suivants du Code de commerce. En effet, le Conseil d'Etat, la même année, avait souligné que si la notion de « *secret des affaires* » était utilisée dans de nombreux textes législatifs, réglementaires et, par la jurisprudence, c'était une notion non définie en droit français⁹⁵. Or, force est de constater aujourd'hui que le patrimoine des entreprises se compose de nombreux « secrets d'affaires », actifs immatériels représentant une importante valeur économique pour ces dernières et sont souvent la clé de leur compétitivité, dès lors que leurs concurrents ne disposent pas des mêmes actifs⁹⁶.

121. Ainsi, l'article L. 151-1 du Code de commerce dispose :

⁹³LOI n° 2018-670 du 30 juillet 2018 relative à la protection du secret des affaires

⁹⁴Directive européenne 2016/943 du 8 juin 2016 sur la protection du secret des affaires

⁹⁵CE, 15 mars 2018, avis n° 394422, sur la proposition de loi portant transposition de la directive du Parlement européen et du Conseil sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués contre l'obtention, l'utilisation et la divulgation illicites

⁹⁶D'Alès, T. et Sicsic. O. *JurisClasseur Commercial*. Fasc. 24. *Actualité : Secret des affaires : Un nouvel arsenal législatif pour une protection renforcée*. 13 septembre 2018.

« Est protégée au titre du secret des affaires toute information répondant aux critères suivants :

1° Elle n'est pas, en elle-même ou dans la configuration et l'assemblage exacts de ses éléments, généralement connue ou aisément accessible pour les personnes familières de ce type d'informations en raison de leur secteur d'activité ;

2° Elle revêt une valeur commerciale, effective ou potentielle, du fait de son caractère secret ;

3° Elle fait l'objet de la part de son détenteur légitime de mesures de protection raisonnables, compte tenu des circonstances, pour en conserver le caractère secret. ».

122. Il ressort trois conditions de cet article afin d'être éligible à la protection des affaires. Premièrement, l'information doit être secrète. Plus précisément, il est exigé que l'information en cause ne doit pas être courante ou généralement connue de personnes familières de ce type d'information à raison, par exemple, de leur secteur d'activité. Autrement dit, est exclue du champ de protection toute information qui, bien qu'inconnue par le grand public, appartiendrait à la connaissance générale d'une spécificité⁹⁷.

123. A ce titre, des documents préparatoires, à l'instar de croquis ou schémas, peuvent être couverts par le secret des affaires. Le secret des affaires peut alors recouvrir des hypothèses qui soit sont non protégées par un droit de propriété intellectuelle, soit ont un lien avec un tel droit. A titre d'exemple, le secret des affaires pourrait porter sur le croquis d'un nouveau modèle de sac, que la maison viendrait ensuite protéger au titre d'un dessin ou modèle⁹⁸. Dès lors, le croquis deviendrait une archive, toujours sous l'égide du secret des affaires, alors que le modèle de sac en lui-même serait protégé par un droit de propriété intellectuelle.

124. Dans cette perspective, il est tout à fait juste de dire qu'une pièce d'archive est une information qui n'est pas généralement connue ou aisément accessible pour les personnes

⁹⁷Fabre, R et Fabre, V. JurisClasseur Contrats-Distribution. Fasc. 1850. *Réservation du savoir-faire..* 1^{er} janvier 2021.

⁹⁸Morales, V. Marvell Avocats. *Le secret des affaires désormais protégé par la loi en France : pourquoi ? comment ?* <https://marvellavocats.com/fr/newsroom/chronique/le-secret-des-affaires-desormais-protége-par-la-loi-en-france-pourquoi-comment>

familiales de ce type d'informations en raison de leur secteur d'activité. En effet, seules les personnes travaillant au sein même de la maison en question auront effectivement accès aux archives. En revanche, les autres personnes du même secteur ne pourront y avoir accès.

125. Deuxièmement, l'information doit avoir une valeur commerciale du fait de son caractère secret. Cela signifie que l'information revendiquée présente un intérêt pour son détenteur. Aucune précision n'est apportée sur le degré de cette valeur. Aussi, nous considérons qu'une information d'une valeur commerciale minimale ou limitée est en droit de bénéficier de cette protection. Par ailleurs, l'article précise que cette valeur doit être « effective ou potentielle », du fait de son caractère secret. A ce propos, la condition sera satisfaite chaque fois que la valeur n'est que potentielle, dès lors que cette éventualité peut être raisonnablement pressentie et anticipée dans le futur⁹⁹.

126. Les archives d'une maison sont bien souvent des documents préparatoires à la confection des créations sans lesquels la fabrication n'aurait jamais été possible. Il peut également s'agir de pièces uniques, de photographies, de couvertures de magazines, tout autant d'éléments cités à de nombreuses reprises dans notre étude. Chacun de ces éléments résulte d'années de travail, d'investissements de la maison, retraçant son histoire et son patrimoine.

127. Une archive représente une valeur commerciale dès lors qu'il s'agit d'un élément dont les concurrents d'une maison n'ont pas connaissance. L'intérêt d'une archive est sa possibilité, notamment, d'être réutilisée pour développer de nouvelles collections. Dans cette perspective, la valeur commerciale est forte car elle va permettre à la maison de confectionner des pièces nouvelles, uniques, que ses concurrents n'auraient pas pu imaginer faute d'avoir accès aux archives. Cela renvoie au « cercle vertueux de la création »¹⁰⁰ que nous avons développé lors de nos propos introductifs.

128. Troisièmement, l'information doit être protégée par son détenteur légitime, par des mesures de protection raisonnables. L'on peut citer Nicolas Binctin, qui disait que « *le secret ne doit pas être fortuit, il doit être voulu, maintenu et défendu* »¹⁰¹. A ce titre et, contrairement au droit des marques, des dessins et modèles et des brevets, où la protection

⁹⁹Fabre, R et Fabre, V. *Op. cit.*

¹⁰⁰Barrere, C. *op. cit.*

¹⁰¹N. Binctin, *Savoir-faire* : Dalloz, Répertoire IP/IT et Communication, janvier 2018, § 138

découle du dépôt et de l'enregistrement du titre, le secret des affaires s'établit grâce à la protection mise en place par le détenteur de l'information¹⁰².

129. Là encore, le texte ne précise en rien la portée et la nature de cette protection. Cette dernière peut varier, de sorte qu'il peut s'agir de mesures de protection juridique ou des mesures de protection physique et organisationnelle¹⁰³. A titre d'exemple, nous pouvons citer Dior Héritage. Déjà abordé plus en amont, Dior Héritage est l'un des fonds d'archive de la maison. Si nous savons qu'il se situe à Paris, l'adresse exacte est tenue secrète. C'est un lieu presque sacré, très difficile d'accès. Bien souvent, il est nécessaire d'envoyer une demande d'accès à la maison, avec une raison justifiant cet accès, dans l'espoir d'obtenir une autorisation. A l'entrée, les papiers d'identité sont vérifiés et des vigiles sont présents pour assurer la sécurité¹⁰⁴. Nous sommes précisément dans la situation de mesures de protection physique et organisationnelle.

130. Force est de constater que le texte de l'article L. 151-1 du Code de commerce pose des interrogations. Le texte parle de « détenteur légitime ». Se pose nécessairement la question des relations employeur-salarié. Afin d'éviter toute difficulté, il est tout à fait conseillé aux maisons d'intégrer dans les contrats de travail une clause du type « L'entreprise est le seul détenteur des secrets au sens ... qui auront été développés dans ... »¹⁰⁵.

131. Par ailleurs et, contrairement aux droits de propriété intellectuelle qui confèrent à leur titulaire un droit exclusif et privatif, le secret des affaires est de toute autre nature dès lors qu'il n'accorde ni droit de propriété, ni monopole. Dans cette perspective, le Code de commerce vient sanctionner l'utilisation ou la divulgation d'un secret des affaires dès lors qu'elle est illicite ; de même, sont sanctionnés la production, l'offre ou la mise sur le marché, ainsi que l'importation, l'exportation ou le stockage à ces fins de tout produit résultant de manière significative d'une atteinte au secret des affaires dès lors qu'elle est illicite¹⁰⁶. Ainsi, si les

¹⁰²Fabre, R et Fabre, V. *Op. cit.*

¹⁰³*Ibid.*

¹⁰⁴Gabrielson, M. Le Monde. *Les tisseurs d'histoire : quand la mode soigne ses archives*. 29 novembre 2021. https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2021/11/29/les-tisseurs-d-histoire-quand-la-mode-soigne-ses-archives_6104069_4497319.html

¹⁰⁵ Bruiguière, J-M. Site internet du cabinet DDG. *La protection du secret des affaires. Justifications et intérêts de la loi du 30 juillet 2018*. 11 septembre 2018. <https://www.ddg.fr/actualite/la-protection-du-secret-des-affaires-justifications-et-interets-de-la-loi-du-30-juillet>

¹⁰⁶ Art. L. 151-5 Code de commerce

conditions d'obtention de l'information secrète sont licites, alors il ne peut y avoir de sanction au titre du secret des affaires.

132. « Il ne s'agit pas de protéger un droit mais de sanctionner un comportement »¹⁰⁷.

133. L'article L. 151-4 du Code de commerce concrétise deux cas dans lesquels l'obtention d'un secret des affaires est illicite. D'abord, il s'agit de l'hypothèse d'un accès non autorisé à tout document, objet, matériau, substance ou fichier numérique qui contient le secret ou dont il peut être déduit, ou bien d'une appropriation ou d'une copie non autorisée de ces éléments. Conformément à la directive, tel sera le cas d'un vol d'une copie non autorisée, d'un cas d'espionnage économique ou encore du non-respect d'une clause de confidentialité¹⁰⁸.

134. Ensuite, c'est l'hypothèse d'un comportement déloyal, et contraire aux usages en matière commerciale. La Commission d'examen des pratiques commerciales a pu considérer qu'est considéré comme tel le cas où une entreprise tente d'obtenir une information protégée sous la menace d'une rupture brutale ou partielle des relations commerciales¹⁰⁹.

135. Aussi, nous avons démontré qu'une archive peut être une information qui n'est pas généralement connue ou aisément accessible pour les personnes familières de ce type d'informations en raison de leur secteur d'activité, qu'elle peut revêtir une valeur commerciale et, que bien souvent, elle fait l'objet d'une protection raisonnable par son détenteur légitime. Néanmoins, il peut s'avérer plus difficile, en pratique, de prouver que l'information, en l'occurrence, l'archive, a été obtenue de façon illicite.

136. L'hypothèse la plus simple et, probablement, la plus rencontrée en pratique, est celle d'un salarié qui utilise une archive ou, à qui l'on a remis une archive afin de développer une nouvelle création. Par la suite, ce salarié conserve l'archive et souhaite la revendre, sa valeur étant bien souvent inestimable. Dans cette hypothèse, l'on pourrait considérer que l'obtention de l'information n'a pas été faite de manière illicite dès lors que la pièce a été remise

¹⁰⁷T. com. Paris, ord., 22 janvier 2018, n°2018001979 et CA Paris, Pôle 1, ch. 2, 6 juin 2019, n°18/03063

¹⁰⁸Cons. UE, dir. 2016/943, 8 juin 2016, cons. 4 : JOUE n° L 157, 15 juin 2016

¹⁰⁹CEPC, avis n° 18-9, 25 oct. 2018 : Contrats, conc. consom. 2019, comm. 26, obs. N. Mathey ; RLC janv. 2019, n° 13, note Vertut

au salarié. L'argument, pour la maison, serait ici de dire que la remise originelle avait été faite pour l'utilisation personnelle du salarié, qu'en conséquence, une vente entraînerait la révélation au public du secret de l'archive, ce qui permettrait de caractériser une divulgation punissable. La divulgation serait de nature à accorder un avantage économique indu aux concurrents et à d'éventuels contrefacteurs, au préjudice de la maison de luxe.

137. Dans cette hypothèse de relations salariées, il est fortement conseillé aux maisons d'ajouter des clauses de confidentialité dans les contrats de leurs salariés, pour s'assurer que, le cas échéant, si la remise originelle est personnelle, l'utilisation postérieure est illicite traduisant un comportement déloyal et contraire aux usages du commerce.

138. Il nous semble intéressant de nous pencher plus en détails sur la protection des archives par le biais du contrat.

Section 2 : La protection des archives par le contrat

139. **A l'égard des salariés.** Nous venons de le souligner, ce sont bien souvent les relations salariées qui vont poser le plus de difficultés aux maisons. Le salarié d'une maison de luxe aura nécessairement accès aux archives, parce qu'elles sont l'âme de la maison et que chaque personne travaillant pour cette dernière doit s'en imprégner. Malheureusement, le fait pour la maison d'autoriser cet accès à ses archives, peut entraîner des conséquences plus ou moins préjudiciables pour elle. C'est ainsi que l'employeur, en considération des missions qu'il confie à son salarié, peut souhaiter insérer au sein du contrat de travail une clause de confidentialité. Cette clause pourrait prévoir que « *le salarié s'abstient de divulguer à quiconque certaines informations, par nature confidentielles, relatives à l'activité économique de son employeur, dont il pourrait avoir (ou a pu avoir) connaissance, en raison ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions* »¹¹⁰.

140. Il est assez fréquent en pratique, et à juste titre, que le salarié s'engage, dans son contrat de travail, à respecter ce type de clause et, bien souvent, à y rester soumis après la rupture de son contrat de travail.

¹¹⁰Aubré, Y. Répertoire de droit du travail, Dalloz. *Contrat de travail : clauses particulières*. Janvier 2017.

141. Si la clause de confidentialité est souvent liée à la protection du savoir-faire de l'entreprise, tel n'est pas toujours le cas. La maison peut tout à fait prévoir au sein de cette clause que le salarié ne peut communiquer sur les archives. A ce titre, les croquis, schémas, échantillons, documents préparatoires auront moins de chance d'être divulgués, permettant dès lors une protection renforcée du patrimoine de la maison.

142. En conséquence de l'utilité démontrée de la clause confidentialité dans les relations salariées, il est fortement recommandé aux maisons de les intégrer au sein des contrats. Toutefois, il est important de souligner que diverses conditions doivent être respectées afin de ne pas les entacher d'irrégularités.

143. Comme toute clause qui importe au salarié une obligation particulière, la clause de confidentialité ne sera valablement imposée au salarié qu'après que ce dernier ait donné son accord exprès et préalable. Le salarié doit avoir signé son contrat de travail ou son avenant mentionnant la clause et il doit avoir paraphé la page de ce contrat sur laquelle la clause est reproduite. Le cas échéant, le salarié sera réputé ne pas avoir expressément accepté les termes de la clause¹¹¹.

144. Soulignons ensuite que cette clause vient restreindre les libertés individuelles et fondamentales du salarié et, notamment sa liberté d'expression y compris après l'expiration de son contrat de travail. Dans cette perspective, la clause doit non seulement être justifiée par la nature des fonctions que le salarié a à accomplir et, l'usage de cette clause doit être strictement proportionné au but recherché par l'employeur¹¹².

145. La présence d'une clause de confidentialité se justifie d'autant plus à l'heure où les réseaux sociaux prennent de plus en plus de place dans la vie des salariés. Une affaire concernant la société Petit Bateau a notamment fait couler beaucoup d'encre¹¹³. La société Petit Bateau a licencié une de ses salariés pour faute grave car elle avait publié sur son compte Facebook une photographie d'une nouvelle collection présentée exclusivement aux commerciaux de la société. Si les juges de la Cour de cassation ont considéré qu'il y avait bien atteinte à la vie privée de la salariée, il s'agissait d'établir la divulgation d'une information

¹¹¹Aubré, Y. *Op. cit.*

¹¹²*Ibid.*

¹¹³Cass. Soc., 30 septembre 2020, n°19-12.058

confidentielle de l'entreprise auprès de professionnels susceptibles de travailler pour la concurrence, dès lors, « *cette production d'éléments portant atteinte à la vie privée de la salariée était indispensable à l'exercice du droit à la preuve et proportionnée au but poursuivi, soit la défense de l'intérêt légitime de l'employeur à la confidentialité de ses affaires* ». En conséquence, les juges ont considéré que la salariée avait bien violé son obligation de confidentialité et que le licenciement était justifié¹¹⁴.

146. Nous constatons dans cette affaire que l'efficacité et l'effectivité de la clause de confidentialité ont été établies à l'égard d'une nouvelle collection. Partant, elle pourrait tout à fait s'appliquer aux archives et permettre de s'opposer, le cas échéant, à la divulgation des archives. Plus encore, la clause de confidentialité vient parfaire la sanction au titre du secret des affaires.

147. Par ailleurs, une autre clause vient régulièrement se glisser au sein des contrats de travail : il s'agit de la clause de non-concurrence. C'est « *une stipulation contractuelle qui a pour objet d'interdire à une partie (le débiteur de l'obligation de non-concurrence) de faire concurrence à une autre partie (le créancier) en exerçant une activité professionnelle similaire pendant la durée des relations contractuelles ou, et c'est le cas le plus fréquent, après leur expiration* »¹¹⁵. La clause de non-concurrence, pour être valable, doit laisser au salarié la possibilité de travailler, être limitée dans le temps et dans l'espace, protéger les intérêts légitimes de l'entreprise, respecter un critère de proportionnalité et prévoir une contrepartie pécuniaire au profit du salarié¹¹⁶.

148. Toutefois, la clause de non-concurrence vient plutôt empêcher le salarié de mettre en œuvre le savoir-faire appris au sein de la maison, au profit d'une maison concurrente. Il s'agira ici de considérer que les archives traduisent en réalité le savoir-faire de la maison et, que protéger les archives revient à protéger le savoir-faire. Nous avons indiqué au début de notre développement que le patrimoine d'une maison, donc, les archives, est un patrimoine de savoir-faire¹¹⁷. Ainsi, c'est un lien intéressant qui s'établit entre savoir-faire et archives et qui

¹¹⁴Sirinelli, P. Dalloz IP/IT. *Réseaux sociaux, protégez-moi de mes amis !* 2020.

¹¹⁵Bucher, C-E. JurisClasseur Contrats-Distribution. Fasc. 122. *Clause de non-concurrence – Validité*. 18 octobre 2021.

¹¹⁶Bavozet, F. D.O. Social. S-1120. *Clauses particulières du contrat de travail – Clauses de non-concurrence et de dédit formation*. 1^{er} juin 2021.

¹¹⁷Barrière, C. *Op. cit.*

pourrait donner de la substance à une clause de non-concurrence. Néanmoins, il apparaît que la clause de confidentialité demeure plus sécuritaire, dès lors qu'il est certain qu'elle puisse concerner les archives.

149. A l'égard des tiers. Les salariés d'une maison de luxe ne sont pas les seuls à l'égard desquels il importe à la maison de se protéger. En effet, cette dernière va travailler avec de nombreux tiers au titre desquels se retrouvent des partenaires, des sous-traitants, des fournisseurs, des distributeurs... etc. Ces tiers peuvent potentiellement avoir accès aux archives de la maison, notamment lors de la confection d'une nouvelle collection.

150. Dans cette perspective, il est important pour la maison de conclure des accords de confidentialité, ou « *non disclosure agreement* », afin de protéger ses archives. Comme pour les salariés, il s'agira pour les tiers de s'engager à ne pas communiquer sur les archives, ni à les utiliser pour autre chose que la mission confiée ou les divulguer.

151. Là aussi, généralement, un *non disclosure agreement* portera sur le savoir-faire de la maison. Dès lors, nous retrouvons notre lien entre archives et savoir-faire. Toutefois, il est tout à fait possible de prévoir des *non disclosure agreement* « sur-mesure » portant expressément sur la non-communication, non utilisation et non divulgation des archives de la maison.

152. Comme pour les salariés, cette clause de confidentialité viendra se coupler parfaitement avec le secret des affaires, la sécurité des archives de la maison n'étant que renforcée.

153. En conclusion. Nous avons vu, tout au long de cette seconde partie, que la protection inébranlable des archives d'une maison de luxe est difficile à atteindre. Si la propriété littéraire et artistique, en apparence, apparaît comme une protection évidente, force est de constater que l'application du droit de divulgation ou du droit des bases de données laisse subsister un aléa non négligeable pour les maisons. S'agissant du droit de divulgation, toute la question est justement celle de la divulgation, dès lors qu'une archive a notamment pu « faire modèle ». S'agissant du droit des bases de données, que la question porte sur le droit d'auteur et la protection du contenant ou sur le droit *sui generis* et la protection du contenu, leur application est là aussi incertaine dès lors que l'architecture n'est pas nécessairement originale

ou que la protection des archives dépasse la simple protection d'un investissement économique. Finalement, la protection par des droits non privatifs, comme le secret des affaires ou le contrat, peut sembler plus satisfaisante pour les maisons. Notamment, le couplage du secret des affaires et de la clause de confidentialité, tant à l'égard des salariés qu'à l'égard des tiers, se montre précieux pour les maisons.

154. Enfin, nous proposons de faire une conclusion plus prospective de notre étude, afin d'aborder, rapidement, la question d'une perspective de protection au travers de la technologie blockchain.

Conclusion prospective : Une perspective de protection des archives grâce à la blockchain

155. Notion. La première blockchain au monde est apparue en 2009 avec l'apparition de la cryptomonnaie Bitcoin¹¹⁸. C'est une notion difficile à appréhender. Nous pouvons citer une définition donnée par Amélie Favreau¹¹⁹, qui définit la blockchain comme « *un type de base de données distribuée qui stocke de manière permanente et inaltérable un ensemble de transactions validées par consensus* ». Une autre définition a été proposée dans les récents travaux parlementaires : « *Les blockchains sont des technologies de stockage et de transmission d'informations, permettant la constitution de registres répliqués et distribués, sans organe de contrôle, sécurisées grâce à la cryptographie et structurées par des blocs liés les uns aux autres, à intervalles de temps réguliers* »¹²⁰.

156. La blockchain est de plus en plus connue et les grands groupes du luxe commencent à s'y intéresser. C'est une sorte « d'écosystème de transmission d'informations »¹²¹. La blockchain revêtent différentes notions : immutabilité, traçabilité, sécurité, intégrité, confidentialité, authenticité. C'est pour ces raisons que la blockchain a immédiatement intéressé les maisons de luxe.

157. En effet, d'après Corinne Champagner Katz¹²² « *avant même les questions de contrefaçon, le point essentiel de la blockchain est ses implications pour la protection du secret des affaires* ». Nous avons vu, dans le chapitre précédent, que le secret des affaires pouvait être tout à fait utile pour les maisons afin de protéger leurs archives. Elle qualifie la blockchain « d'espace sécurisé nouveau ». Ainsi, nous pouvons imaginer l'intégration des archives au sein d'une blockchain interne ou externe à l'entreprise.

¹¹⁸Raymond, G et Belouze, L. Capital. *Blockchain : définition et applications*. 28 janvier 2022.

<https://www.capital.fr/crypto/blockchain-1322703#:~:text=Bitcoin%20et%20blockchain,utilisateurs%20sont%20regroup%C3%A9s%20par%20blocs.>

¹¹⁹ Professeur à l'Université Grenoble Alpes, Directeur adjoint du CUERPI et Co Directrice de la Fédération de Recherche INNOVACS.

¹²⁰Rapport de Mme Faure-Muntian, V., député, M. De Ganay, C., député et M. Le Gleut, R., sénateur, au nom de l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologies. *Comprendre les blockchains : fonctionnement et enjeux de ces nouvelles technologies*. 20 juin 2018.

¹²¹Guinebault. M. Fashion Network. *Que peut concrètement apporter la blockchain à une entreprise de mode ?* 18 octobre 2019. <https://fr.fashionnetwork.com/news/Que-peut-concretement-apporter-la-blockchain-a-une-entreprise-de-mode-,1126405.html>

¹²²Spécialiste en propriété intellectuelle et consultant en intelligence économique, citée par Guinebault. M, *Op. cit.*

158. Application. L'idée est la suivante : la blockchain a déjà été utilisée par des grandes maisons de couture françaises afin de protéger leurs modèles avant les défilés. Concrètement, la maison vient déposer sa création sur la blockchain et une empreinte numérique est créée par l'intermédiaire d'une fonction de hachage. L'empreinte sera rattachée à une transaction dans le protocole blockchain. Le simple fait de changer ne serait-ce qu'une seule donnée de cette empreinte donnera une empreinte totalement différente. Ainsi, l'empreinte numérique permet de s'assurer de l'existence de la création à un instant donné et de garantir son intégrité. La maison peut ensuite télécharger un certificat d'ancrage qui contient différentes informations comme la date, l'heure, le nom de la création, l'adresse publique, l'empreinte numérique, des données sur celui qui a ancré la création¹²³.

159. L'on pourrait envisager la même chose à l'égard des archives. La maison viendrait déposer son archive dans la blockchain, et la fonction de hachage donnerait une empreinte numérique certifiant l'existence et la date de l'archive en question. La particularité et, surtout, l'avantage de cette nouvelle technologie est que c'est l'empreinte, le hash, qui est intégré à la blockchain, la création ou, en l'occurrence, l'archive, demeurant à l'extérieur de la chaîne de blocs¹²⁴.

160. Difficultés de mise en œuvre. La véritable question et difficulté qui peut venir se poser est celle de l'archivage de ces pièces à l'extérieur de la chaîne. En effet, à l'issue d'un procédé blockchain, il y a le bien matériel, le bien dématérialisé et l'ancrage dans la blockchain. Que fait-on du bien matériel, de l'archive ? En effet, l'ancrage dématérialisé et la matérialité d'une création, l'objet physique, semblent s'opposer et difficiles à conjuguer. La création doit aussi être protégée à l'extérieur de la chaîne de blocs puisque c'est à partir de l'entrée que l'on peut retrouver l'empreinte dans la blockchain. En effet, il n'est pas possible de reconstituer un document perdu ou qui n'a pas été conservé en dehors de la chaîne à partir de son empreinte car le procédé blockchain est unidirectionnel¹²⁵.

¹²³Barbet-Massin, A. et Dahan, V. Site internet August Debouzy. *La blockchain et les créations de mode : regards sur les opportunités et les interrogations*. 24 janvier 2019. https://www.august-debouzy.com/fr/blog/1285-la-blockchain-et-les-creations-de-mode-regards-sur-les-opportunités-et-les-interrogations#_ftn31

¹²⁴Guimberteau, B. Fashion United. *Pourquoi la technologie blockchain peut changer la donne dans le domaine de la mode ?* 20 mars 2019. <https://fashionunited.fr/actualite/business/pourquoi-la-technologie-blockchain-peut-changer-la-%20donne-dans-le-domaine-de-la-mode/2019032020310>

¹²⁵Delahaye, P. Journal du net. *Systèmes d'archivage et blockchain : la complémentarité*. 5 novembre 2019. <https://www.journaldunet.com/solutions/dsi/1486135-systemes-d-archivage-et-blockchain-la-complementarite/>

161. Ainsi, si ancrage dématérialisé et création matérielle semblent incompatibles, des solutions ont commencé à voir le jour. A ce titre, des techniques ont été développées afin de rattacher un objet physique, pourquoi pas une archive, à la blockchain. Par exemple, il est possible d'apposer un QR Code¹²⁶ ou d'intégrer une puce RFID¹²⁷ sur une archive. De même, la technologie de l'impression 3D¹²⁸ pourrait permettre d'intégrer des données sur des créations physiques¹²⁹.

162. Par ailleurs, il faut souligner que la blockchain n'est pas un outil de protection légal dès lors que la blockchain n'est pas encore reconnue à titre de preuve en France. Ainsi, si, lors d'un contentieux, l'une des parties présente une date issue d'une blockchain, il appartiendra au tribunal de désigner un expert technique pour procéder à des vérifications¹³⁰. Si la France apparaît encore en retrait sur la technologie blockchain sur la scène juridique, un mouvement commence à naître ailleurs. En Chine par exemple, dans un litige opposant une entreprise de médias à un tiers, pour une question de contrefaçon, la plaignante a avancé comme preuve le code source du site internet litigieux et enregistré les données sur une blockchain. La juridiction chinoise a considéré que ce moyen de preuve est recevable dès lors que le procédé est fiable, authentique et confère une date certaine¹³¹. Peut-être que la législation française a besoin d'avancer sur ce point et une perspective d'évolution pourrait être envisageable.

163. L'archivage électronique existe déjà en France et l'archivage électronique à valeur probatoire doit respecter certaines normes, notamment la norme NF-Z 42-013 : « *Le présent document fournit un ensemble de spécifications techniques et de mesures organisationnelles à mettre en œuvre pour l'enregistrement, l'archivage et la communication de documents numériques afin d'assurer la lisibilité, l'intégrité et la traçabilité de ces documents pendant la durée de leur conservation et de leur utilisation. Il concerne les documents figés et donc ne s'applique pas aux systèmes qui donnent aux utilisateurs la*

¹²⁶ Type de code-barres à deux dimensions qui contiennent un nombre important de données.

¹²⁷ La radio-identification est une technologie qui permet de mémoriser et récupérer des données à distance grâce à l'utilisation de marqueurs « radio-étiquettes ».

¹²⁸ Impression 3 Dimensions qui permet de créer des pièces en volume par l'ajout de matière en couches successives.

¹²⁹ Barbet-Massin, A. et Dahan, V. *Op. cit.*

¹³⁰ Corinne Champagner Katz citée par Guinebault, M, *Op. cit.*

¹³¹ Giusti, J. Village de la justice. *La Chine reconnaît la blockchain comme un moyen légal de preuve, qu'en est-il de la France ? 24 juin 2022.* <https://www.village-justice.com/articles/chine-reconnait-blockchain-comme-moyen-legal-preuve-est-france,29586.html>

possibilité de substituer ou de modifier des documents après leur enregistrement. Les documents numériques peuvent, soit résulter d'un processus de numérisation à partir de documents sur support papier ou de microformes, soit résulter de la conversion d'un contenu sonore ou audiovisuel analogique, soit être produits directement par un processus informatique. Les documents sonores, les séquences vidéo et les plans ou dessins en deux ou trois dimensions ainsi que les radiographies médicales entrent dans le champ d'application du présent document. »¹³².

164. La norme NF-Z 42-013 prévoit notamment les principes de journalisation. Doit exister un journal des événements, qui contient toutes les actions réalisées dans le système et relatives à l'archivage, la sécurité et le système. Également, le journal du cycle de vie des archives, contenant l'ensemble des attestations relatives aux archives (exemples : validation du dépôt, modification de métadonnées, destruction d'une archive...) ¹³³. Ce sont ces éléments qui viennent façonner l'intégrité d'une archive.

165. L'archivage électronique d'une maison pourrait reposer sur une blockchain partagée par toutes les maisons. L'archive serait alors ancrée dans le système d'archivage d'une maison, par l'interface de la blockchain, découlant ainsi sur un certificat. Ce dernier pourrait contenir l'empreinte du fichier et serait signé par la clé privée de l'entreprise. L'empreinte est ensuite transmise aux nœuds du réseau pour réaliser le minage dans le bloc. Dès lors, l'intégrité et l'imputabilité de l'archive sont préservées ¹³⁴.

166. La blockchain en lieu et place d'un système interne présente certains avantages. En effet, l'archivage électronique à valeur probatoire coûte très cher aux entreprises dans la mesure où elles doivent respecter la norme NF-Z 42-013. L'utilisation du procédé blockchain va notamment permettre de faire supporter le coût non sur une seule maison mais sur un ensemble de maisons. Par ailleurs, la sécurité est renforcée avec la blockchain : alors qu'il est relativement simple de casser l'intégrité d'un journal en accédant au support de stockage, il

¹³²Rapport de l'Association française de normalisation (AFNOR). 2009. NF Z42-013 : Archivage électronique - Spécifications relatives à la conception et à l'exploitation de systèmes informatiques en vue d'assurer la conservation et l'intégrité des documents stockés dans ces systèmes.

¹³³Lagaisse, K. Information strategist. *Une blockchain pour l'archivage à valeur probatoire.*

<https://kevin.lagaisse.fr/une-blockchain-pour-larchivage-a-valeur-probatoire/>

¹³⁴*Ibid.*

est plus compliqué de casser les journaux ancrés et vérifiés en permanence grâce au procédé blockchain¹³⁵.

167. En définitive, notre étude nous aura permis de mettre en avant les intérêts juridiques que doivent bien avoir à l'esprit les maisons de luxe lorsque se pose la question de la conservation de leurs archives. Nous avons pu démontrer à quel point ces dernières avaient de l'importance, qu'il s'agisse d'établir des droits ou de défendre ceux-ci. Nous avons ensuite essayé d'étudier des pistes de protection juridique afin d'assurer une sécurité maximale de ces précieuses pièces. A ce titre, nous constatons qu'il est en réalité compliqué d'obtenir une sécurité maximale et, qu'il appartient aux maisons de mettre en œuvre tous les moyens à leur disposition afin de prendre soin de leurs archives.

¹³⁵*Ibid.*

ANNEXES

Annexe 1. Photographies issues du site « Burberry » représentant la collection « Futur Archive »



Annexe 2. Photographies du modèle « J'adior » en comparaison avec une photographie du modèle signé Roger Vivier



Photographie de Getty Images



Photographie de Bryan Zammarchi

Annexe 3. Comparaison du parfum « Miss Dior » de la société Dior et du parfum de la société Ferragamo



Photographie issue du site de la société Dior



Photographie issue du site de la société Ferragamo

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- H. Desbois, Cours des propriétés littéraire artistique et industrielle, 1960-1961
- A. Lucas, A. Lucas-Schloetter et C. Bernault, Traité de la propriété littéraire et artistique. 2017.
- Bruguière, J-M. et Vivant, M. 2019. Droit d’auteur et droits voisins. Dalloz. 4^e ed., 2019.
- Proust, M. *A la recherche du temps perdu*. Sodome et Gomorrhe II. Éditions Gallimard. 1992.
- D’Alès, T. et Sicsic. O. JurisClasseur Commercial. Fasc. 24. *Actualité : Secret des affaires : Un nouvel arsenal législatif pour une protection renforcée*. 13 septembre 2018.
- Fabre, R et Fabre, V. JurisClasseur Contrats-Distribution. Fasc. 1850. *Réservation du savoir-faire..* 1^{er} janvier 2021.
- N. Binctin, Savoir-faire : Dalloz, Répertoire IP/IT et Communication, janvier 2018, § 138.
- Aubré, Y. Répertoire de droit du travail, Dalloz. Contrat de travail : clauses particulières. Janvier 2017.
- Sirinelli, P. Dalloz IP/IT. *Réseaux sociaux, protégez-moi de mes amis !* 2020.
- Bucher, C-E. JurisClasseur Contrats-Distribution. Fasc. 122. *Clause de non-concurrence – Validité*. 18 octobre 2021.
- Bavozet, F. D.O. Social. S-1120. *Clauses particulières du contrat de travail – Clauses de non-concurrence et de dédit formation*. 1^{er} juin 2021.

Articles de revues

- Malaurie-Vignal, M. et Legrand, S. *Les enjeux de la protection des créations de mode*. Propriété industrielle n°10, étude 20, Lexis Nexis. Octobre 2019.
- Malaurie-Vignal, M. *Distinctivité d’une marque figurative dans le domaine de la mode*. Propriété industrielle n°12, étude 25, Lexis Nexis. Décembre 2015.
- Prely, E. *L’atteinte à la marque de renommée Sujet du prix APRAM 2019*. Propriété industrielle n°6, étude 13, Lexis Nexis. Juin 2019.
- Un an de droit de la concurrence déloyale, J.Larrieu, Propriété industrielle, LexisNexis. Octobre 2017.
- Morales, V. Marvell Avocats. *Le secret des affaires désormais protégé par la loi en France : pourquoi ? comment ?*
- Bruguière, J-M. Site internet du cabinet DDG. *La protection du secret des affaires. Justifications et intérêts de la loi du 30 juillet 2018*. 11 septembre 2018.
- Barbet-Massin, A. et Dahan, V. Site internet August Debouzi. *La blockchain et les créations de mode : regards sur les opportunités et les interrogations*. 24 janvier 2019.

Articles de presse

- Issad, T. « *Les archives de la mode sont-elles devenues un business ?* ». Fashion Network. 4 avril 2018.
- Verheyen, G. Dior Héritage : le lieu secret où Maria Grazia Chiuri puise son inspiration. L'officiel. 2 octobre 2019.
- Selmer, M-C. *Avec BOTANICA, Tiffany & Co dévoile une collection de haute joaillerie inspirée des trésors d'archives*. The eye of jewelry. 7 avril 2022.
- Rousseau, C. *Or collection, les archives de la maison Dior*. Le Monde. 2 décembre 2018.
- Marriault, C. *Haute couture : seules 16 maisons bénéficient de la précieuse appellation en 2021*. Les Échos. 26 janvier 2021.
- Fischer, F. *Europe : le droit des dessins et modèles dans le secteur de la mode*. WIPO. Février 2008.
- Guinebault, M. *La mode reste le secteur le plus touché par la contrefaçon et Internet n'arrange rien*. Fashion Network. 12 juin 2019.
- Gabrielson, M. Le Monde. *Les tisseurs d'histoire : quand la mode soigne ses archives*. 29 novembre 2021.
- Raymond, G et Belouze, L. Capital. *Blockchain : définition et applications*. 28 janvier 2022.
- Guinebault, M. Fashion Network. *Que peut concrètement apporter la blockchain à une entreprise de mode ?* 18 octobre 2019.
- Guimberteau, B. Fashion United. *Pourquoi la technologie blockchain peut changer la donne dans le domaine de la mode ?* 20 mars 2019.
- Delahaye, P. Journal du net. *Systèmes d'archivage et blockchain : la complémentarité*. 5 novembre 2019.
- Giusti, J. Village de la justice. *La Chine reconnaît la blockchain comme un moyen légal de preuve, qu'en est-il de la France ?*
- Lagaisse, K. Information strategist. *Une blockchain pour l'archivage à valeur probatoire*.

Articles universitaires

- Barrere, C. *Les industries du luxe : des industries de patrimoine ?* Janvier 2017.

Communiqués de presse

- Communiqué de presse. *Remise du rapport d'Olivier Saillard sur le patrimoine et la mode*. Ministère de la culture. 28 avril 2017.

Webographie

- <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>
- <https://www.inpi.fr/>
- <https://www.legifrance.gouv.fr>
- <https://www.lexis360.fr/Home.aspx>

- <https://www.dalloz.fr>
- <https://www.doctrine.fr/dashboard>
- <https://www.lexbase.fr>

Arrêts

- Cass. 1^{ère}, civ., ch., 15 janvier 2015, Soc. Orqual. et Cass. 1^{ère}, civ. 17 mars 1982, n°80-14-838
- Cass. Com., 17 mars 2009, inédit, n°07-21.517
- T. Com., 10 janvier 2008
- Paris, 4^e ch., 8 juin 1989 : *Jurisdata* n°1989-022891
- Cass., 1^{ère} civ., 24 mars 1993, n°91-16.543
- Cass., 1^{ère} civ., 10 juillet 2014, n°13-16.465
- Cass., 1^{ère} civ., 19 décembre 2013, n°12-26.409
- CA Paris, 8 décembre 2015, n°14/20600
- TGI Paris, 27 janvier 2011, Christian Dior Couture c/ Ash Distribution SARL et Sodilog, PIBD 2011, n°940, III, p. 370
- CA Paris, 14 décembre 2012, n°12/05245
- CA Paris, 12 novembre 2010 n°09/13667
- TGI Paris, 13 janvier 2011, n°09/18025
- CA Paris, 4^e ch., sect. A, 12 nov. 1985 : [JurisData n° 1985-028762](#) ; PIBD 1986, n° 390, III, p. 179.
- CA Paris, 17 avril 2013, n° 12/12364_ : [JurisData n° 2013-009104](#) ; PIBD 2013, n° 985, III, p. 1216
- CJCE, 4 mai 1999, aff. C-108/97 et C-109/97, Winsurfing chiemsee produktions und vertriebs GmbH.
- CJCE, 14 septembre 1998, *General Motors*, aff. C-375/97
- CJCE, 11 mars 2003, Ansul, C-40/01
- CA Paris, Pôle 5, 21 février 2014, n° 2013/08487
- Com. 26 janvier 1999, n°96-22.457
- Cass. com., 4 février 2014, n° 13-11.044
- TGI Paris, 2 mai 1990
- Paris, 1^{ère} ch., 10 septembre 2001, *Juris-Data* n°2001-015056
- Douai, 1^{ère} ch., 3 juillet 2012, n°11/03647
- Paris, 25 avril 1966, Grosclaude et a. c/ Marquis et Marquise de Rosenbo
- TGI Paris, 21 septembre 1994
- Civ. 1^{ère}, 15 janvier 1969, Publié au Bulletin
- Cass. Com., 23 mars 2010, n°08-21.768
- CJUE, Infopaq, 16 juillet 2009, C-5/08 et CJUE, 1^{er} décembre 2011, Eva Painer, C-145/10
- Paris, 15 janvier 1997
- CJUE, 12 mars 2012, C-604/10
- CJCE, 9 novembre 2004, C-203/02
- TGI Paris, 5 septembre 2001
- T. com. Paris, ord., 22 janvier 2018, n°2018001979 et CA Paris, Pôle 1, ch. 2, 6 juin 2019, n°18/0306
- Cass. Soc., 30 septembre 2020, n°19-12.058

Textes juridiques

- Code de la propriété intellectuelle
- Règlement CE n°6/2002 du 12 décembre 2001
- Directive 96/9/CE concernant la protection juridique des bases de données
- Loi n° 98-536 du 1er juillet 1998 portant transposition dans le code de la propriété intellectuelle de la directive 96/9/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mars 1996, concernant la protection juridique des bases de données
- Loi n° 2018-670 du 30 juillet 2018 relative à la protection du secret des affaires
- Directive européenne 2016/943 du 8 juin 2016 sur la protection du secret des affaires
- Code de commerce
- Cons. UE, dir. 2016/943, 8 juin 2016, cons. 4 : JOUE n° L 157, 15 juin 2016

Avis

- CE, 15 mars 2018, avis n° 394422, sur la proposition de loi portant transposition de la directive du Parlement européen et du Conseil sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués contre l'obtention, l'utilisation et la divulgation illicites
- CEPC, avis n° 18-9, 25 octobre 2018 : Contrats, conc. consom. 2019, comm. 26, obs. N. Mathey ; RLC janvier 2019, n° 13, note Vertut

Rapports

- Rapport de Mme Faure-Muntian, V., député, M. De Ganay, C., député et M. Le Gleut, R., sénateur, au nom de l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologies. *Comprendre les blockchains : fonctionnement et enjeux de ces nouvelles technologies.*
- Rapport de l'Association française de normalisation (AFNOR). 2009. NF Z42-013 : Archivage électronique - Spécifications relatives à la conception et à l'exploitation de systèmes informatiques en vue d'assurer la conservation et l'intégrité des documents stockés dans ces systèmes.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	V
TABLE DES ABRÉVIATIONS	3
SOMMAIRE	4
Introduction	11
Partie 1 : Des intérêts juridiques à la protection des archives des maisons de luxe	18
Chapitre 1 : L'utilisation des archives aux fins d'établissement des droits de propriété intellectuelle	18
Section 1 : L'établissement de la titularité des droits en droit d'auteur	18
Section 2 : L'utilisation des archives pour prouver la divulgation au bénéfice de la protection au titre du dessin ou modèle communautaire non enregistré	25
Section 3 : Des exemples de l'utilité des archives en droit des marques	27
Chapitre 2 : L'utilisation des archives aux fins de défense des droits	33
Section 1 : Les archives comme arme dans une action en contrefaçon	33
Section 2 : Les archives comme arme dans une action en concurrence déloyale	37
Partie 2 : Des moyens juridiques à la disposition des maisons de luxe pour protéger leurs archives	42
Chapitre 1 : La protection des archives par la propriété littéraire et artistique	42
Section 1 : La protection des archives par le droit d'auteur au prisme du droit de divulgation	43
Section 2 : L'éventuelle protection des archives par le droit des bases de données	45
Chapitre 2 : La protection des archives par les droits non privatifs	52
Section 1 : La protection des archives par le secret des affaires	52
Section 2 : La protection des archives par le contrat	57
Conclusion générale : Une perspective de protection des archives des maisons de luxe grâce à la blockchain	63
ANNEXES	69
BIBLIOGRAPHIE	72
TABLE DES MATIERES	76