

EMMANUELLE HOFFMAN

ASSISES JURIDIQUES DE LA MODE, DU LUXE ET DU DESIGN : LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE À L'ASSAUT DE LA CONTREFAÇON, DANS LE RÉEL ET LE VIRTUEL

Emmanuelle Hoffman est avocat associé du cabinet qu'elle a fondé, spécialiste en droit de la propriété intellectuelle. Elle est également la directrice scientifique des Assises juridiques de la mode, du luxe et du design, organisées par Lexposia le 9 mars prochain au Shangri-La Palace Paris, sur le thème de "l'œil, la matière et le Droit". Propriété intellectuelle, contrefaçon mais aussi NFT et Métavers seront au centre de cette journée d'échanges.

Affiches Parisiennes : Vous serez la directrice scientifique de la 3^e édition des Assises juridiques de la mode, du luxe et du design, organisée le 9 mars prochain. Quelle est la genèse de cet événement ?

Emmanuelle Hoffman : L'organisation et la réalisation du programme scientifique de cette troisième édition montre bien que la propriété intellectuelle, au travers et de la jurisprudence et des évolutions technologiques et législatives, est au cœur de l'actualité. On la retrouve partout, dans les tribunaux, à l'Assemblée nationale aussi, au travers d'évolutions législatives sur les questions de RSE ou de Métavers européen. Nous avons réalisé le programme en équipe, en invitant des intervenants présents aux précédentes assises et des acteurs nouveaux. La matinée sera consacrée aux enjeux de la contrefaçon et l'après-midi à différentes tables rondes sur l'actualité des innovations technologiques, du Métavers, des NFT mais aussi de la RSE et des nouvelles matières, comme les textiles intelligents. Des avocats, des professeurs de droit, mais également des acteurs de la vie civile, comme des entreprises du domaine du luxe ou de la mode, des fédérations, à l'instar de la Fédération de



© DR

la haute couture, mais également des associations telles que l'Union des fabricants qui lutte contre la contrefaçon, vont débattre, proposer et expliciter ces sujets durant une journée.

L'événement abordera notamment l'économie circulaire et le marché de la seconde main c'est-à-dire la revente de produits déjà été mis en circulation. En trois ans, toutes les entreprises et les fédérations ont compris que ce marché était essentiel. Aujourd'hui, la législation sur l'économie circulaire, qui encadre le circuit de distribution et la liberté d'action des marques, a engendré une montée en puissance de l'upcycling, dont on va parler dans l'une des tables rondes, avec l'intervention de la directrice juridique de Vinted, May Berthelot. La traçabilité et l'authenticité du produit sont des questions essentielles pour les marques et pour les distributeurs de seconde main.

A.-P. : Comment peut-on contrôler ce marché, au regard notamment du grand nombre de plateformes de seconde main qui existent ?

E. H. : C'est un investissement réalisé par ces plateformes. Vestiaire collective a été l'une des premières dans le domaine de la mode et du luxe à exiger de vérifier que les produits soient authentiques. Des marques comme Sandro ou Maje, mais aussi LVMH ou Le Bon Marché, ont également décidé de créer elles-mêmes des plateformes de seconde main pour contrôler leur marché. Mais ce contrôle est lié à la question de la responsabilité des plateformes. La réglementation européenne de 2001 avait reconnu l'irresponsabilité des hébergeurs et il a fallu 20 ans pour les faire qualifier d'éditeurs, en considérant que non seulement ils perçoivent un gain, mais qu'ils sont capables de contrôler les marchandises qui sont mises sur leur plateforme. La réglementation européenne a évolué, avec notamment

La seule personne capable de dire qu'un produit est authentique, c'est le titulaire de la marque qui est à l'origine du produit.

la DSA votée l'année dernière.

A.-P. : Comment assurer la traçabilité des produits ? À quel stade intervient le juriste en propriété intellectuelle ?

E. H. : La seule personne capable de dire qu'un produit est authentique, c'est le titulaire de la marque qui est à l'origine du produit. Sauf que lorsqu'un produit est mis en circulation, du fait de la libre circulation des marchandises, ce n'est plus au titulaire de la marque de contrôler les produits de seconde main. Donc c'est une vraie question juridique parce que lorsque le titulaire des droits considère que l'un de ses produits est une contrefaçon, il doit le démontrer. C'est là où la technologie est essentielle et se met au service de la marque et des droits. Certaines marques vendent leurs produits avec un NFT, qui est une garantie d'authenticité supérieure. Et le juriste se sert des nouvelles technologies pour essayer d'authentifier les produits. Celles-ci feront d'ailleurs l'objet d'une autre table ronde, autour de la question des NFT et des Metavers, avec Pierre Nicolas Hurstel, président de la société Ariane. Cette journée va aussi permettre d'appréhender toutes les problématiques des titulaires de droits de propriété intellectuelle, à la fois liées à la stratégie de protection et à la contrefaçon.

A.-P. : Une table ronde est consacrée au volet répression, avec des intervenants de la Direction générale des douanes et du Parquet européen. Pourquoi est-ce un thème important ?

E. H. : La contrefaçon est un délit. Les auteurs de contrefaçon risquent de 3 à

5 ans d'emprisonnement et de 300 000 à 500 000 euros d'amende. Le juriste peut attaquer sur le terrain civil, ce qu'il fait dans la grande majorité des cas, ou sur le terrain pénal, voilà pourquoi on a souhaité faire intervenir les douaniers, qui ont de plus en plus la possibilité, en présence d'une demande d'intervention, de bloquer des marchandises sur tout le territoire français. En cas de contrefaçon confirmée par le titulaire de la marque, l'action pénale se fait aux côtés des douanes. De plus, les entreprises n'ont pas conscience de ce volet pénal et du pouvoir des douanes. Aujourd'hui, en France, seules 1 500 demandes d'intervention sont déposées auprès des douanes alors qu'il suffit de déposer une demande d'intervention pour qu'elles interviennent partout. Et le phénomène de contrefaçon continue parce qu'il rapporte plus que la drogue avec un risque moins important. Il faut donc faire plus de répression pour enrayer le processus et davantage sensibiliser les juges sur la gravité que représente la contrefaçon. C'est aussi pour cela qu'on fait ces conférences et que l'on invite des magistrats.

A.-P. : Quels leviers actionner pour essayer d'arrêter toute une chaîne de contrefaçon ?

E. H. : Il y a des campagnes de sensibilisation qui sont faites auprès des consommateurs tous les ans, notamment pendant l'été dans le sud de la France, sur les plages frontalières avec nos voisins européens comme l'Italie. Parce que pour qu'il y ait un vendeur, il faut qu'il y ait un acheteur et tant que le consommateur achètera de la contrefaçon, il y aura de la vente de produits

contrefaits. Or, le consommateur n'a pas conscience de la gravité en termes d'économie, de santé publique, par exemple avec les faux médicaments, les faux jouets, de non-respect des normes de sécurité etc.

Il faut aussi sensibiliser les Pouvoirs publics à la contrefaçon, et notamment dans les pays particulièrement touchés comme la Chine, la Turquie mais aussi chez nous en France où des produits de contrefaçon sont produits.

A.-P. : Les organes de répression sont-ils sensibilisés à la production française de produits contrefaits ?

E. H. : Les douaniers sont extrêmement efficaces et très impliqués, ils font un travail remarquable. Mais il est encore très important de faire un focus sur la contrefaçon et plus globalement la propriété intellectuelle. Elle est partout, elle est au cœur de l'économie, au cœur des nouvelles technologies. D'ailleurs, toutes les grandes marques de mode ont aujourd'hui une cellule qui travaille sur la question du métavers et des NFT parce que ça va changer la donne. Il faut sensibiliser les juristes à ces nouveaux phénomènes et voir comment le droit va s'adapter à nouvelles avancées. La question de la définition juridique des NFT va nécessairement impacter la législation. D'ailleurs, à titre personnel, je ne suis pas convaincue qu'il faille créer une nouvelle législation sur les NFT, on peut prendre la législation actuelle et la modifier.

A.-P. : Quelle est votre définition du Métavers dans le domaine de la mode ?

E. H. : Comme tout cela est très nouveau, c'est très compliqué à définir mais c'est ce qu'on tentera de faire le 9 mars. Dans le secteur de la mode, grâce aux NFT, tout un monde virtuel existe, comme dans les jeux vidéo, avec un avatar que vous pouvez habiller comme dans le monde réel. Dans le domaine

« La contrefaçon est un délit. Les auteurs de contrefaçon risquent de 3 à 5 ans d'emprisonnement et de 300 000 à 500 000 euros d'amende. »

de la mode, il y a eu des défilés lancés dans le Métavers. Il y aura d'ailleurs tout un débat sur ce sujet avec un représentant de la Fédération de la couture. Mais on ne peut pas définir juridiquement si on ne comprend pas techniquement. Donc, parce que la définition est absolument essentielle, des experts dans ces technologies interviendront à l'événement, aux côtés des marques et des concepteurs de NFT. En tant que directrice scientifique, ce qui sera très important c'est de mettre tous ces acteurs autour de la table pour qu'ensemble, ils puissent adapter le droit à la réalité technologique. Voilà pourquoi il était important d'inviter un magistrat, parce qu'à la fin, c'est lui qui va prendre une décision, et il faut qu'il comprenne tous les contours du sujet pour savoir comment la rendre.

A.-P. : Ces Assises sont aussi un moyen de mettre en avant le fait que la mode se soucie davantage de la RSE, du développement durable. De quelles façons ?

E. H. : Dans la mode, la question de l'éthique a toujours été importante, même s'il y a eu des phénomènes

graves dans certaines usines, comme le travail des enfants. L'éthique va servir l'image de certaines marques, c'est une réciprocité qui s'est mise en place avant même les lois sur la RSE. Mais tout cela est réglementé et c'est pour ça qu'on a voulu que soient présents des représentants de cette réglementation. Je crois à la mode éthique. Preuve en est, de plus en plus d'entreprises suivent la voie de l'upcycling, de la RSE, de l'économie circulaire, dans le processus de création, de distribution et de fabrication. Ces normes limitantes se mettent finalement au service des marques. Le consommateur a pris de plus en plus conscience de l'importance d'acheter éthique et, à partir du moment où il achète écoresponsable, les marques seront incitées à vendre écoresponsable. C'est le jeu de l'offre et de la demande. On est dans le droit tout en étant dans l'économie. On est dans un monde global où les règles sont au service du commercial, du marketing, ce qui nécessite que les représentants du droit et de l'économie se parlent. Cette transversalité est primordiale. ■

**Propos recueillis
par Boris Stoykov**

INFORMATIONS PRATIQUES

Assises juridiques de la mode, du luxe et du design, organisées par l'agence Lexposia

Jeudi 9 mars, Shangri-La Palace, 10 avenue d'Iéna, Paris 16^e

Cette journée d'étude est susceptible d'être prise en charge par votre organisme collecteur OPCO et satisfait à l'obligation continue des avocats et valide 7 heures de formation.

Pour participer à cet événement en présentiel ou en digital, rendez-vous sur le site www.lexposia-events.com.

Pour plus d'informations : Etorresan@lexposia.com; Tél : 01 44 83 66 75