

Est-ce que la propriété intellectuelle dans la mode et le luxe est un sujet d'actualité? Et comment!

by admin_Crefovi - lundi, mars 09, 2015

<https://crefovi.fr/couverture-mediatique/propriete-intellectuelle-dans-la-mode/>

Un risque externe critique auquel tous les managers des maisons de luxe et de mode souhaitent échapper est la violation de leurs droits de propriété intellectuelle, et en particulier, la dilution de leur marque et l'affaiblissement de leur image de marque. Les avocats sont la meilleure arme que les maisons de luxe peuvent utiliser pour faire respecter la propriété intellectuelle dans la mode et de luxe, et pour lutter contre la contrefaçon, surtout maintenant que tant de produits contrefaisants sont vendus sur internet.

Nous, à [jalci](#) et [Crefovi](#), avons passé un très bon moment mardi 10 février 2015, lors de nos débats sur les problématiques et challenges, durant le séminaire de notre série sur le droit du luxe sur « [la propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & marques de mode](#) » .

Nous avons tout d'abord écouté la présentation de la Directrice Juridique Catherine Palmer, qui s'occupe de toutes les affaires de propriété intellectuelle du [Groupe Joseph](#). Elle a expliqué comment atteindre un équilibre délicat, entre, d'un côté, les impulsions ainsi que la volonté créative des designers de mode travaillant au sein d'une maison, et, de l'autre côté, les restrictions juridiques et réglementaires, afin de maîtriser le paradoxe de la mode.

Nous avons ensuite examiné des exemples pragmatiques de challenges auxquels les marques de mode et de luxe sont confrontées dans le domaine de la propriété intellectuelle, en analysant le cas récent [en droit des dessins et modèles anglais Kaldor v Lee Ann](#) et l'[affaire en droit des marques et de trade dress américain Converse v 31 de ses concurrents](#). Il est devenu clair, durant ces deux présentations, que les juridictions ont de larges pouvoirs d'évaluer le mérite de chaque affaire *in concreto*, cas-par-cas, en examinant les faits spécifiques et les lois et la jurisprudence applicables à ces faits. Alors que les juridictions anglaises ont dans le passé utilisé les « similarités objectives » entre les dessins et modèles pour décider s'il existait bien une copie, cela ne semble plus être suffisant comme le démontre l'affaire Kaldor v Lee Ann. En ce qui concerne le cas Converse, il est révélateur que certains de ses concurrents de mode les plus renommés, tels que Ralph Lauren, ont déjà décidé de transiger, alors que les procédures

parallèles, lancées avec la US district court du Eastern district de New York et avec la International Trade Commission américaine, sont en cours.

Mais les solutions juridiques ne sont pas suffisantes, comme [Netnames l'expliquait dans la présentation suivante](#): les avocats et les sociétés d'internet telles que Netnames doivent collaborer, afin de mettre en oeuvre une large palette de solutions juridiques et non-juridiques offertes aux marques de luxe et de mode pour lutter contre la dilution de la marque, la contrefaçon et le risque de réputation en ligne.

Nous avons gardé une approche très réaliste durant notre séminaire, en présentant trois conférences sur la protection des droits de propriété intellectuelle dans les trois états-membres les plus peuplés de l'Union Européenne, c'est à dire l'[Allemagne](#), la [France](#) et la [Grande-Bretagne](#). Alors que le contentieux au fond, pour obtenir des dommages et intérêts et des décisions finales exécutoires, semble être largement découragé en Angleterre & au pays de Galles, du fait des coûts prohibitivement élevés et d'une stricte obligation de tenter de transiger en envoyant notamment une lettre avant d'assigner, la France et l'Allemagne semblent être beaucoup plus pro-titulaires de droits de PI. La France est d'ailleurs probablement le champion mondial en termes de frais de justice pratiquement inexistants, une législation et une jurisprudence vis-à-vis des créateurs extrêmement protectives et aucune règle de procédure applicable en ce qui concernerait une éventuelle obligation pré-contentieux de tenter de résoudre le différend en dehors des tribunaux.

Nous avons ensuite apprécié l'intervention de Michael Skrein, un expert sur la protection du droit à l'image et des publicity rights des célébrités en Angleterre. Quel est l'état des lieux pour protéger efficacement les droits de personnalité et à l'image des célébrités en Grande-Bretagne? Quelle jurisprudence existante a été utilisée, afin d'utiliser l'action en responsabilité civile délictuelle (« tort ») de « passing off » en relation avec les faits opposants Rihanna à Topshop? Quelle leçon doit-être retenue par les célébrités et les marques de mode? Ceux sont certaines des questions auxquelles Michael a répondu durant sa présentation, qui a ensuite été complétée par le point de vue d'Icondia sur le sujet.

[Icondia fit une description fort claire](#) du nouveau cadre juridique qui a été créé à Guernsey, suite à l'entrée en vigueur de l'Image Rights Ordinance 2012: il est maintenant possible d'enregistrer sur un registre public, tenu à Guernsey, les droits de personnalité de célébrités afin de protéger ces droits de manière adéquate en cas de violation.

Pour conclure, obtenir du conseil adéquat de la part d'avocats spécialisés dans ce secteur, tels que les avocats dont la pratique est dédiée à la propriété intellectuelle, les conseillers en propriété intellectuelle et les fournisseurs en ligne tels que Netnames et Icondia, est un élément intégral du succès d'une stratégie de protection de la propriété intellectuelle et de la marque bien réfléchi et planifiée avec soin.

Nous étions en outre ravis de lire que notre séminaire avait été décrit comme divertissant bien que riche en contenu et en information, par les membres de la presse. En effet, Suleman Ali, éminent blogger du blog IPKat, a publié un article sur notre évènement intitulé « [IP in luxury goods and fashion: a patent Kat investigates](#) ».

Vous pouvez aussi regarder les vidéos de certaines de nos présentations réalisées lors de ce séminaire ici:

[YouTube Video](#)

Bande-annonce du séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Alexander Rozycki, Barrister, 4-5 Gray's Inns Square, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Annabelle Gauberti, Associée fondatrice, Crefovi, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Stuart Durham, Directeur Général pour la Grande-Bretagne, NetNames, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Holger Alt, Associé, von Boetticher, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Jane Lambert, Barrister, 4-5 Gray's Inn Square, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Annabelle Gauberti, Associée fondatrice, Crefovi, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

[YouTube Video](#)

Keith Laker, Associé, Icondia, au séminaire de ialci et Crefovi sur « La propriété intellectuelle: comment protéger, gérer & monétiser le savoir-faire, le capital intangible, l'image de marque et la réputation des maisons de luxe & des marques de mode » à Londres – 10 février 2015

Votre nom (obligatoire)

Votre email (obligatoire)

Sujet

Votre message

PDF généré par Crefovi