
● **Upcycling et marques renommées : pas d'épuisement des droits pour les produits transformés**

Par un jugement du 17 septembre 2026, le Tribunal judiciaire de Paris a condamné la société Kamad Reworked (KR) pour contrefaçon, concurrence déloyale et parasitisme, pour avoir vendu des vêtements « upcyclés » intégrant des pièces Louis Vuitton authentiques.

En l'espèce, la société Kamad Reworked est spécialisée dans la conception, fabrication et commercialisation d'articles de mode dits écoresponsables depuis 2021. À ce titre, elle fabriquait et commercialisait des vêtements « upcyclés » sur lesquels étaient cousues des pièces prélevées sur des produits authentiques Louis Vuitton d'occasion. Or, ces vêtements portaient la dénomination, le monogramme LV, la toile monogramme et le damier, caractéristiques de la marque LV.

Louis Vuitton Malletier l'a assignée en 2024 en contrefaçon de marques renommées, concurrence déloyale et parasitisme.

En défense, KR invoquait l'épuisement des droits (art. L.713-4 du Code de la Propriété Intellectuelle), les produits d'origine étant authentiques et acquis par des circuits licites.

Pour rappel, l'article précité prévoit que le titulaire ne peut pas interdire l'usage de sa marque pour des produits mis dans le commerce dans l'UE ou l'EEE par lui ou avec son consentement. Il garde toutefois la faculté de s'opposer à une nouvelle commercialisation s'il justifie de motifs légitimes, notamment une modification ou une altération ultérieure de l'état des produits.

KR contestait aussi tout risque de confusion, les produits étant vendus sous son propre signe avec une étiquette « upcyclé », et se prévalait d'une démarche créative et éco-responsable.

Le Tribunal rejette l'ensemble de ces arguments et condamne KR et ses gérants à verser à Louis Vuitton Malletier plus de 900 000 euros de dommages et intérêts.

Tout d'abord, le Tribunal considère que l'épuisement des droits de la société Louis Vuitton Malletier ne peut pas être invoqué en l'espèce lorsque les produits d'origine ont été transformés puis remis sur le marché sous une nouvelle forme. Cette nouvelle commercialisation nécessite le consentement du titulaire, qui peut s'y opposer s'il justifie de motifs légitimes tels que la modification ou altération ultérieure des produits.

Le Tribunal relève que les signes de la marque Louis Vuitton étaient apposés directement sur les produits litigieux et localisés à des emplacements où le consommateur est habitué à les voir pour les produits authentiques, et donc ces signes garantissent la fonction d'identité d'origine. Dès lors, le Tribunal considère que la société KR a utilisé ces signes à titre de marque.

Ensuite, le public établira un lien avec ces marques renommées : l'étiquette « Kamad Paris » et la mention « upcyclé » n'excluent pas le risque d'association et suggèrent même une collaboration.

De plus, le Tribunal rejette les deux arguments invoqués par la défense, s'agissant de la liberté de création artistique et du droit à la protection de l'environnement.

Enfin, le Tribunal caractérise des actes de concurrence déloyale et de parasitisme.

En refusant d'appliquer l'épuisement des droits à des produits transformés, le Tribunal réaffirme que le titulaire conserve la maîtrise de sa marque et de l'image qui s'y attache. Les titulaires de marques disposent ainsi d'un précédent utile pour agir contre les pratiques d'upcycling non autorisées.

TJ Paris, 3e ch. 1re sect., 17 sept. 2026, n° 24/07925, Louis Vuitton Malletier c/ Kamad Reworked