

Marques de vin et contrefaçon : balade œno-judiciaire dans nos terroirs



Guillaume Marchais,
Avocat à la Cour,
Cabinet MARCHAIS & Associés

Le droit des marques vitivinicoles est un droit vivant, aux implications pratiques et donne lieu à une jurisprudence qui s'étoffe considérablement, et fortement similaire d'un terroir à l'autre.

Pour reprendre la *summa divisio* limpide opérée par le Professeur Agostini, les marques vitivinicoles peuvent être divisées en deux catégories : les marques dites commerciales et les marques dites domaniales^{*}.

Les marques commerciales, que l'on peut également qualifier de marques de fantaisie, ne renvoient pas à une origine ou une qualité des vins et n'appellent pas de développements particuliers, car elles sont soumises aux règles générales du droit des marques.

Plus spécifiques sont les marques dites domaniales, qui comportent l'indication d'une provenance géographique. Leur particularité est que leur dépôt est confortatif, au contraire d'un dépôt de marque commerciale purement constitutif, puisqu'elle conforte un droit qui préexiste à savoir le nom de cru.

Non seulement la marque viticole domaniale doit respecter les conditions de validité de toute marque, mais elle doit satisfaire également à des exigences supplémentaires tenant notamment à l'absence de tromperie des consommateurs.

Le droit des marques vitivinicoles se bonifie donc au fil du temps comme les grands crus et la jurisprudence a contribué à l'élaboration d'un droit autonome. Deux thèmes sont particulièrement traités dans la jurisprudence récente : la difficile coexistence juridique entre les marques vitivinicoles comportant un patronyme commun, qui pourtant bien souvent coexistent paisiblement en pratique et une jurisprudence assez récente sur leur déceptivité.

LA DIFFICILE COEXISTENCE DES MARQUES PATRONYMIQUES |||

L'examen des décisions de jurisprudence tant des tribunaux que de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) ou de son homologue communautaire (OUEPI) illustre, quel que soit le terroir concerné, la sévérité de la jurisprudence en matière de coexistence de marques vitivinicoles comprenant un patronyme commun.

En Alsace, cette problématique est illustrée par l'arrêt confirmatif de la cour d'appel de Colmar du 7 avril 2016 rendu sur recours contre une décision de l'INPI qui avait accueilli l'opposition formée par la société espagnole JEAN LÉON SL sur le fondement de sa marque européenne JEAN LEON, contre une demande de marque française MICHEL LEON.

Cet arrêt est à rapprocher des quatre arrêts rendus par la même cour au sujet du nom patronymique ALBRECHT, qui a vu le rejet de quatre demandes de marques MARIE & CECILE ALBRECHT, CECILE ALBRECHT, FAMILLE ALBRECHT et CREMANT D'ALSACE JEAN ALBRECHT, sur oppositions du titulaire de la marque antérieure LUCIEN ALBRECHT (cour d'appel de Colmar, 15 octobre 2014).

Rendons-nous en Bourgogne avec la décision d'opposition de l'INPI du 19 juillet 2017 rejetant une marque HONORE LUCE sur opposition d'une société italienne titulaire d'une marque semi-figurative LUCE & logo, bien que le terme LUCE de ce logo soit manifestement le terme italien signifiant lumière. Mais l'INPI retient que ce terme peut être prononcé LUSSE et peut être vu comme « *le nom de famille d'une personne prénommée Honoré* », créant ainsi un risque de confusion au détriment de la marque antérieure.

En Champagne, citons l'arrêt de la cour d'appel de Douai du 14 septembre 2017 confirmant le rejet par l'INPI de la marque LAURENT COLLET, pour atteinte à la marque antérieure COLLET, et la décision de l'INPI du 21 novembre 2017 opposant la société CHAMPAGNE JACQUART, titulaire de la marque JACQUART, à une demande de marque postérieure LOUIS JACQUARD. Cette dernière est rejetée au motif notamment que « *le nom de famille constitue l'élément essentiel d'un signe et prime sur le prénom en ce qu'il permet d'identifier une personne physique par l'appartenance à une famille* ».

Cet arrêt est à rapprocher de la jurisprudence HENRIOT qui au contraire a validé la coexistence

des marques SERGE HENRIOT et RAYMOND HENRIOT avec la marque antérieure HENRIOT, retenant en particulier « *que les homonymies sont fréquentes en Champagne viticole aussi bien chez les producteurs-récoltants que chez les négociants et qu'il est d'usage, de manière à opérer une distinction entre des dénominations sociales, des noms commerciaux ou encore des enseignes recourant à des patronymes communs, de faire appel à des moyens tels l'adjonction du prénom du producteur et l'indication de la localisation géographique de la production* » (cour d'appel de Paris 2 juin 2010).

Une note plus optimiste est également apportée par l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 6 octobre 2015 dans l'affaire E & J GALLO WINERY / SCEV CHAMPAGNE GALLO, du nom d'une petite maison de champagne se voyant attaquée par le géant américain GALLO. Malgré l'identité des signes, elle est autorisée à poursuivre l'exploitation de la marque CHAMPAGNE GALLO.

Toujours en Champagne, source d'un contentieux abondant, la Cour de cassation est venue le 10 juillet 2018 censurer une Cour d'appel qui avait débouté la société TAITTINGER de son action contre une des membres de la famille, Virginie Taittinger. Celle-ci, ayant cédé ses parts, restait néanmoins dans le domaine de la vente de Champagne sous le nom, la marque et le site Virginie T.

Ayant toutefois réservé des noms de domaine www.virginie-taittinger.com et www.virginie-taittinger-champagne.com, qui redirigeaient vers le site www.virginie-t.com, la Cour de cassation reproche à la Cour d'appel de n'y avoir pas vu une atteinte à la marque de renommée TAITTINGER ni un acte de concurrence parasitaire.

Rendons-nous à Bordeaux avec l'affaire PETRUS / PETRUS LAMBERTINI : la cour d'appel de Bordeaux a rendu le 12 avril 2018 un arrêt infirmant le jugement de première instance qui avait vu le célèbre Château PETRUS remporter

* V. notam. : Les marques vinicoles, théorie et pratique, Propri. intell. 2014, n° 53.

la première manche contre la marque PETRUS LAMBERTINI utilisée pour des vins de Côtes de Bordeaux. La Cour considère que Petrus LAMBERTINI (nom latin du premier maire de Bordeaux élu par les Jurats de Bordeaux en 1208), ne porte pas atteinte à la marque antérieure PETRUS car il y a assez d'éléments de différenciation entre les deux marques, notamment la prédominance du patronyme LAMBERTINI, pour éviter un risque de confusion.

LA DÉCEPTIVITÉ DES MARQUES VITIVINICOLES 

Il s'agit d'un palliatif de plus en plus efficace pour qui ne peut agir en contrefaçon avec succès, visant à obtenir la nullité d'une marque postérieure pour tromperie des consommateurs. Cette jurisprudence s'est en particulier développée dans le Bordelais, avec notamment l'arrêt de la cour d'appel de Bordeaux du 16 mai 2017 opposant le célèbre CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD à des marques CHATEAU CHENU LAFITTE et CHATEAU RIDER CHENU LAFITTE. La Cour confirme l'annulation de ces deux marques pour déceptivité au motif qu'il n'existait pas d'exploitations portant ces noms et bénéficiant d'une autonomie culturelle au sens de la réglementation en vigueur, tout particulièrement du décret du 4 mai 2012. La Cour rappelle « *qu'un signe désignant un vin sous le nom d'une exploitation ne peut en effet sans tromperie être déposé en tant que marque que par une personne garantissant la récolte et la vinification en ce lieu* ».

Quelques jours plus tard, le 30 mai 2017, la cour se prononçait, toujours à l'initiative de la SOCIETE CIVILE CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD à propos des marques CHATEAU LAFITE et CHATEAU LAFITE Gendre.

La déceptivité réside ici en la faible proportion de parcelles cadastrées LAFITE complantées en vignes par rapport à la superficie totale du vignoble exploité par l'appelant (4 ha 77 pour une superficie totale de 17 ha 51 a), « soit un faible pourcentage du vignoble exploité ». Par ailleurs, le critère de vinification séparée n'était pas non plus rempli en l'espèce : « *aucune pièce ne permet à la Cour de s'assurer que la vinification des parcelles situées au lieu-dit Lafite se ferait de manière séparée par rapport aux autres parcelles de l'exploitation* ».

La Cour confirme l'annulation des marques pour déceptivité, ce qu'elle avait déjà fait dans plusieurs décisions marquantes dans le Bordelais, par exemple dans le cadre de la « *saga judiciaire* » CHATEAU LE GRAND HOUSTEAU (CA Bordeaux, 30 juillet 2014), CHATEAU BELLEROSSE FIGEAC (CA Bordeaux, 16 mars 2015) ou encore CHATEAU RELAIS CHEVAL BLANC et DOMAINE DE CHEVAL BLANC (CA Bordeaux, 5 mai 2015).

Restons dans le Bordelais avec la suite d'une autre saga judiciaire mettant aux prises le célèbre Château BEYCHEVELLE et la marque Château Les Eyraux (Bordeaux Supérieur) dont l'étiquette comporte elle aussi la représentation stylisée d'un drakkar.



Débuté en première instance puis en appel, le Château BEYCHEVELLE nourrissait quelque espoir suite à la cassation intervenue en 2016, la Cour suprême ayant en effet reproché à la cour d'appel d'avoir commis une erreur dans l'appréciation du consommateur de référence. Las, le Château BEYCHEVELLE se heurte de nouveau à la constatation d'une absence de risque de confusion, puisque la cour d'appel de Paris dans ce nouvel arrêt, en date du 24 octobre 2017, considère que la marque Château Les Eyraux « *ne constitue pas la contrefaçon par imitation des marques complexes CHÂTEAU BEYCHEVELLE* ». Elle considère que la représentation « *d'une embarcation ancienne de type drakkar, gabarre ou galère* » serait peu originale et que les éléments verbaux, qui diffèrent très nettement, seraient prépondérants.

Poursuivons notre balade en Provence avec l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 27 octobre 2017, sur l'appel formé par la SOCIETE FERMIERE DU MAS DE LA DAME – ROBERT FAYE, curieusement déboutée en première instance de son action en contrefaçon de ses marques MAS DE LA DAME désignant des vins d'appellation Côteaux d'Aix-en-Provence contre l'EARL MAS DES DAMES ayant déposé et utilisant une marque MAS DES DAMES pour désigner des vins de Pays d'Oc.

Cette marque est notamment reconnue trompeuse par la Cour comme contrevenant plus précisément au décret « *étiquetage* » du 4 mai 2012. En effet, les vins MAS DES DAMES ne provenaient pas d'une exploitation exactement dénommée MAS DES DAMES au cadastre et dès lors, la marque a été considérée comme trompeuse et annulée.

CONFLITS APPELLATIONS/MARQUES 

Il s'agit d'un contentieux classique, illustré par quelques décisions récentes : dans le Bordelais, signalons la décision de l'Office Européen du 21 janvier 2015 concernant la marque DOMAINE DE L'ILE MARGAUX retoquée pour atteinte à l'appellation d'origine antérieure MARGAUX.

Rendons-nous en Champagne avec un arrêt

qui a fait grand bruit, celui de la même CJUE dans l'affaire CHAMPAGNER SORBET : la société allemande Aldi commercialisait depuis 2012 sous la marque CHAMPAGNER SORBET des sorbets contenant 12 % de champagne. Elle est poursuivie en Allemagne par le CIVC pour atteinte à l'AOP Champagne. Le CIVC reproche à Aldi de tirer indûment profit de l'AOP Champagne et requiert la cessation de cet usage. Après une décision d'appel ayant rejeté la demande du CIVC, le Bundesgerichtshof (Cour fédérale allemande) saisit la CJUE quant à l'interprétation à donner à la réglementation européenne sur la protection des AOP. L'utilisation de la dénomination CHAMPAGNER SORBET pour une glace, c'est-à-dire un produit qui est en dehors du cahier des charges de l'AOP Champagne, constitue-t-elle (i) une exploitation de la réputation de cette AOP et/ou (ii) une usurpation, une imitation ou une évocation illicite de cette même AOP ? La Cour répond que dès lors que la glace en cause a « *comme caractéristique essentielle un goût généré principalement par la présence* » de champagne, l'utilisation de la dénomination CHAMPAGNER SORBET n'en tire pour autant pas indûment profit – même si, certes, le sorbet allemand cherchait à se faire mousser... De même, si le produit en cause n'a pas comme caractéristique essentielle un goût généré principalement par l'ingrédient protégé par une AOP, il peut également être considéré que l'usage de la dénomination contestée constitue une indication fautive et donc illicite. *A contrario*, revendiquer la qualité gustative du champagne ne constitue ni une usurpation, ni une imitation, ni une évocation illicite de l'AOP Champagne. Le hic serait donc que l'ingrédient revendiqué et son goût ne soient pas une « caractéristique essentielle » du produit, ce qu'il appartient aux juridictions nationales d'apprécier.

Cap enfin sur la Provence avec l'arrêt de la chambre criminelle de la Cour de cassation du 4 avril 2018 sur

la problématique des noms d'unités géographiques plus petites que l'aire de protection d'une appellation. Il s'agissait en l'espèce des marques CUVÉE DU GOLF DE SAINT-TROPEZ et LE GRIMAUDIN qui, avant l'entrée en vigueur du décret du 4 mai 2012, ne posaient pas de difficultés bien qu'elles reprennent le nom d'une unité géographique plus petite que celle à la base de l'AOP CÔTES DE PROVENCE.

La Cour estime que c'est à tort que les juges du fond ont considéré que le titulaire des marques CUVÉE DU GOLF DE SAINT-TROPEZ et LE GRIMAUDIN bénéficiait d'un droit exclusif d'exploitation dont ne saurait le priver le décret précité. En effet, aucune disposition du droit de l'Union Européenne ne prévoit la possibilité de poursuivre l'utilisation d'une marque contenant ou consistant en un nom d'une telle unité lorsque cette marque n'est pas conforme aux règles que les États membres établissent.

MENTIONS TRADITIONNELLES

La protection et la défense des « mentions traditionnelles », certes liées à des vins d'AOP ou d'IGP mais qui ne sont pas une garantie d'origine géographique, est assurée par le Règlement n° 13108/2013 du 17 décembre 2013 et est assez complexe, d'autant qu'elle donne lieu à très peu de jurisprudence (voir en France Conseil d'Etat 26 février 2014 « Vendanges Tardives » et, contra, Conseil d'Etat 26 février 2014 également, « Vin Paillé »).

La fameuse affaire Caudalie PREMIER CRU et PREMIER GRAND CRU a donné lieu à un intéressant arrêt de la cour d'appel de Paris le 30 mai 2018 La société Caudalie, bien connue pour ses produits cosmétiques à base de polyphénols de raisins, a déposé entre 1998 et 2009 plusieurs marques SOIN PREMIER GRAND CRU et PREMIER



© ISSU Jean-René / Fotocoréa - Téléphone : 01 42 60 36 35

CRU en classe 3. Elle fabrique et commercialise sous ces marques des crèmes de soins.

Estimant que le dépôt et l'usage de ces marques portaient atteinte aux mentions traditionnelles PREMIER CRU et GRAND CRU, le Conseil des Grands Crus Classés 1855, la Confédération des Appellations et Vignerons de Bourgogne et le Conseil des Vins de Saint-Emilion l'ont assignée notamment en nullité de ses marques, en agissements parasitaires et pour tromperie des consommateurs.

Le tribunal de grande instance de Paris les ayant déboutés de toutes leurs demandes par jugement du 20 mai 2016, les trois syndicats professionnels font appel.

La Cour confirme le jugement, en réfutant toute utilisation parasitaire de la mention PREMIER CRU. Les mentions traditionnelles sont protégées par

le décret du 19 août 1921 et les règlements (UE) 1308/2013 et 607/2009, mais en l'espèce, la Cour, rappelant le principe de la liberté du commerce, considère que Caudalie n'a pas cherché à se placer dans le sillage des termes PREMIER CRU et GRAND CRU et n'a entraîné aucune dépréciation de la valeur économique attachée à ces termes dans le domaine du vin.

La Cour ne retient pas davantage de pratiques commerciales trompeuses, estimant notamment que même si la société Caudalie et ses produits sont ouvertement issus de l'univers de la vigne et du vin, cette seule circonstance n'est nullement trompeuse.

Il n'y a pas davantage de publicité illicite en faveur des produits alcooliques, sur le fondement de la loi dite Evin. La Cour retient en effet que « l'utilisation de cette mention, même si elle fait référence à l'univers de la vigne et de la production viticole, n'est pas en soi évocatrice d'une boisson alcoolique identifiée, ce d'autant qu'elle évoque également des idées de qualité et de supériorité ».

Enfin, la Cour refuse également d'annuler les marques au motif d'une prétendue absence de caractère distinctif, retenant que « par son usage en dehors de ce domaine », la marque PREMIER CRU a acquis « une distinctivité » et que « son utilisation est inhabituelle et présente un caractère arbitraire pour évoquer la qualité des produits cosmétiques, ainsi de nature à distinguer les produits porteurs des mentions PREMIER CRU et SOIN PREMIER GRAND CRU de la société Caudalie de ceux d'autres entreprises ».

Cet arrêt reconnaît ainsi l'existence d'un « principe de spécialité », limitant la protection due à la mention traditionnelle GRAND CRU aux produits de la vigne.

2018-4145

Brèves

PARIS

Fête des vendanges : le 18^e fête la Paix

Du 10 au 14 octobre, la butte montmartroise célébrera la 85^e édition de la Fête des vendanges. Le groupe Madame Monsieur, duo français pop composé d'Émilie Satt et Jean-Karl Lucas – qui représentait la France au dernier Concours Eurovision – seront la marraine et le parrain de cette nouvelle édition. Au programme, visite des vignes du Clos Montmartre, spectacles vivants et visuels, goûters, chorales, ateliers tricots (pour revêtir des arbres du 18^e arrondissement) et concerts. En effet, cette année, un nouveau festival de musique, « Décibels vendanges », vient enrichir la programmation. Une vingtaine de concerts gratuits, dans 5 lieux du quartier, donneront leur chance aux nouveaux talents. Visant à célébrer la paix, cette fête trouve son écho dans le 18^e arrondissement. La Maire de Paris Anne Hidalgo souligne ainsi la singularité du quartier : « On ne peut être que touché par la bienveillance qui règne en son sein » déclare-t-elle.

RÉINSERTION

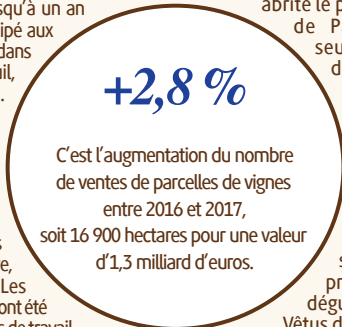
Trois détenus participent à des vendanges en Saône-et-Loire

En Bourgogne, trois détenus du centre pénitentiaire de Varennes-le-Grand, condamnés à de courtes peines allant jusqu'à un an d'emprisonnement, ont participé aux vendanges du millésime 2018 dans le domaine de Vincent Dureuil, à Rully, en Saône-et-Loire. L'expérimentation, destinée à favoriser la réinsertion, s'est déroulée sous la surveillance du personnel de la prison, avec l'aval de sa directrice et d'un juge. Cette initiative avait été lancée par trois gardiens de l'établissement pénitentiaire, habitués des vendanges. Les détenus, tous trois volontaires, ont été payés 550 euros pour neuf jours de travail. S'il s'agit d'une première en France, cette dernière pourrait bien être reconduite et développée par d'autres régions.

PARIS

Sous les pavés, la vigne

Au cœur de la capitale, dans le 6^e arrondissement, le square Félix Desruelles, contre l'église de Saint-Germain-des-Prés, abrite le plus petit vignoble de Paris. Comptant seulement 10 pieds de gamay, le « Clos St Juliénas » continue à attirer les fidèles : en effet, depuis 1992, les chevaliers de la « Confrérie de Saint-Juliénas » s'y réunissent au printemps pour une dégustation annuelle. Vêtus d'une tunique rouge et jaune, ses membres célèbrent ainsi ce petit espace de vigne, le tout dans une ambiance conviviale et de partage.



YVELINES

La fête des vendanges à Sartrouville a 20 ans

Le 23 septembre dernier s'est tenue au Parc du Dispensaire de Sartrouville la 20^e édition de la fête des vendanges. Organisée par le Comité du Vieux-Pays/Le Fresnay, celle-ci a réuni près de 2 500 visiteurs. Au programme : stands artisanaux, stand de produits régionaux, rencontres avec une écrivaine, un illustrateur et restauration à la buvette. Une animation musicale (avec un d'orgue de barbarie) et une tombola ont également alimenté cette journée. Les enfants n'étaient pas en reste, puisque des animations et des jeux (chamboul'tout, pêche aux canards,...) ainsi qu'une promenade à poneys étaient organisés pour le jeune public. Mais la star de la journée demeurait le raisin, avec son jus, au pressoir, à volonté !