

# Panorama de jurisprudence en matière de marques vitivinicoles : une balade oenojudiciaire

Le droit des marques vitivinicoles est un droit vivant, aux implications pratiques, tant en ce qui concerne l'aspect réglementation de l'étiquetage et des dépôts de marques que les conflits entre marques, autrement dit le contentieux de la contrefaçon (et son fréquent corollaire : le droit de la concurrence, qualifiée en l'occurrence de déloyale).

Le droit des marques vitivinicoles donne lieu à une jurisprudence qui s'étoffe considérablement depuis quelques années, signe de l'importance prise par ces marques, et se dessinent désormais un certain nombre de tendances nettes.

L'un des constats que l'on peut établir est que cette jurisprudence est fortement similaire d'un terroir à l'autre, tant il est vrai que les problématiques sont à peu près les mêmes dès qu'il s'agit de marques vitivinicoles, homonymie et termes réglementés tout particulièrement.

Pour reprendre la *summa divisio* limpide opérée il y a quelques années 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 sont des marques aussi appelées de négociants ou de distributeurs, que l'on peut également qualifier de marques de fantaisie, qui ne renvoient pas à une origine ou une qualité déterminée des vins et qui n'appellent pas de développements particuliers, tant elles apparaissent essentiellement soumises aux règles générales du droit des marques.

Plus spécifiques sont les marques dites domaniales, que l'on peut également qualifier d'agricoles, caractérisées en ce qu'elles comportent une indication de provenance géographique.

La particularité de la marque domaniale est que son dépôt est confortatif, au contraire d'un dépôt de marque commerciale purement constitutif, puisqu'elle conforte un droit qui préexiste en tant qu'élément d'un fonds de commerce, 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 certaines exigences supplémentaires tenant



Guillaume Marchais

notamment à l'absence de tromperie des consommateurs du fait de leur nature de garantie d'origine et de qualité, en particulier les règles spécifiques d'étiquetage des vins.

Le droit des marques vitivinicoles se bonifie donc au fil du temps comme les grands crus et depuis plusieurs années la jurisprudence a grandement contribué à l'élaboration d'un véritable droit autonome des marques vitivinicoles, même si bien entendu ces marques obéissent toujours et également au régime général des marques.

Deux thèmes sont particulièrement traités dans la jurisprudence de ces dernières années et riches d'enseignements : celui de 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 mais connaissant un grand essor sur la déceptivité des marques vitivinicoles.

Nous ferons également un point sur de récentes décisions rendues en matière de conflit entre une AOC ou AOP antérieure et une marque postérieure. Enfin, nous aborderons dans cette « balade oenojudiciaire » dans nos terroirs une décision récente qui illustre une préoccupation actuelle : celle de la protection des « mentions traditionnelles ».

## 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 particulièrement, 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 d'opposition de l'INPI qui avait accueilli favorablement 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 4 arrêts rendus quelques temps auparavant par la même cour d'appel de Colmar au sujet du nom patronymique Albrecht, qui a vu le rejet de 4 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).

Cette problématique est également présente 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, sur opposition, de la marque verbale Laurent Collet, pour atteinte à la marque antérieure Collet, ou encore la décision d'opposition rendue par l'INPI le 21 novembre 2017 opposant la société Champagne Jacquart, titulaire de la marque verbale française Jacquart, à une demande de marque postérieure Louis Jacquart, qui a vu cette dernière 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. ».

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

Cet arrêt est à rapprocher de la jurisprudence Henriot, qui au contraire avait entériné 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. Mais, malgré l'identité des signes, elle est autorisée à poursuivre l'exploitation de la marque **Champagne Gallo**.

Rendons nous à présent dans la **vallée du Lot**, avec une décision de la Cour d'appel de Bordeaux du 24 octobre 2017, sur recours contre une décision de l'INPI en matière d'opposition concernant cette fois des **prénoms**.

La SCEA des Domaines Roche, commercialisant des vins d'IGP **Côtes du Lot Rouge** sous la marque **Le Petit Paul** ci-après reproduite reprochait à l'INPI d'avoir reconnu justifiée l'opposition formée par la société HOLDER, titulaire de la célèbre marque de restauration rapide désignant notamment des boissons alcoolisées en classe 33.



La Cour confirme la décision de l'INPI et le fait que les deux signes en présence aient en commun le terme Paul, l'expression Le Petit ne venant que qualifier ce terme distinctif « qui demeure l'élément dominant » pour caractériser un risque de confusion et confirmer la décision de rejet de la demande de marque Le Petit Paul.

#### 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 récemment 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'exploitation 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 Société 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 donc 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 Bellerose Figeac** (CA Bordeaux, 16 mars 2015) ou encore **Chateau Relais Cheval Blanc Et Domaine de Cheval Blanc** (CA Bordeaux, 5 mai 2015).

Sur le même thème, la Cour d'appel de Paris, dans son arrêt du 27 octobre 2007, examinait l'appel formé par la Société Fermière 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 au sens de l'article L711-3 du Code de la Propriété Intellectuelle, comme contrevenant plus précisément au décret « *étiquetage* » n° 2012-655 du 4 mai 2012.

En effet, les vins étiquetés **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.

Terminons notre balade oeno-judiciaire dans le **Bordelais** avec la suite de la « *saga* » judiciaire **Château Beychevelle**, représentative des problématiques de marques en matière vitivinicole, mettant aux prises le célèbre **Château Beychevelle, Grand Cru Classé de Saint-Julien**, à la marque **Château Les Eyraux (Bordeaux Supérieur)** dont l'étiquette du vin comporte la représentation stylisée d'un drakkar, tout comme le célèbre drakkar du **Château Beychevelle**.

Ayant été débouté 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, le 27 juin 2014, 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 tout d'abord 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 prépondérant. Enfin, aucune concurrence déloyale n'est non plus retenue à l'encontre du **Château Les Eyraux**.

CONFLITS APPELLATIONS/MARQUES

Il s'agit d'un contentieux classique, citons quelques décisions récentes :

Toujours dans le Bordelais, signalons la décision de l'Office communautaire des marques en date du 21 janvier 2015 concernant la marque **Domaine De L'île Margaux** (et son étiquette) retoquée pour atteinte à l'appellation d'origine antérieure **Margaux**.

Citons également une décision de la Cour de justice de l'Union européenne (tribunal) rendue le 14 septembre 2017 opposant les appellations d'origine Porto et Port à la marque postérieure **Port Charlotte** pour désigner du whisky.

Le tribunal de l'Union européenne avait précédemment rejeté l'action en annulation intentée par l'Instituto Dos Vinhos de Douro e do Porto, considérant que dans la marque contestée **Port Charlotte**, Port faisait manifestement partie d'un tout avec le terme Charlotte et ne portait aucunement atteinte aux AOP Porto ou Port.

La Cour de justice confirme ce jugement et l'absence d'atteinte aux appellations antérieures (tout en précisant au passage qu'une action fondée sur le droit communautaire contre une prétendue atteinte à une appellation d'origine ne peut pas être suppléée par la loi nationale).



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 portant organisation commune des marchés des produits agricoles et est assez complexe, d'autant qu'elle donne lieu à très peu de jurisprudence (voir en France Conseil d'État 26 février 2014 « *Vendanges Tardives* »

et, contra, Conseil d'État 26 février 2014 également, « *Vin Paillé* »).

Le tribunal de grande instance de Paris a rendu une intéressante décision le 20 mai 2016 concernant l'utilisation par la célèbre marque de cosmétiques (à base de produits du raisin) **CAUDALIE** de la mention **Premier Cru** pour certaines de ses crèmes.

Le Conseil des grands crus classés 1855, le Conseil des vins de saint emilion et la confederation des appellations et des vigneronns de bourgogne (CAVB) la poursuivaient pour atteinte à la mention traditionnelle **Premier Cru** et aux appellations d'origine classées en **Premier Cru**.

Mais le tribunal les a déboutées, ne retenant aucune atteinte à la mention traditionnelle, ni le moindre comportement déloyal ou parasitaire, pas davantage une « *pratique commerciale trompeuse et déloyale* ».

Cette décision a au moins le mérite de rappeler que les mentions traditionnelles sont soumises à une sorte de principe de spécialité et ne peuvent être défendues que contre des usages en matière vinicole (un appel est en cours).

Guillaume Marchais  
Avocat Associé / Partner - Attorney-at-Law  
Conseil Européen en Marques et Modèles  
2017-3389

||||| Jurisprudence

# Falsification de denrées



Cour de cassation – chambre criminelle – N° de pourvoi : 15-80743, a rendu l'arrêt suivant :

**S**tatuant sur le pourvoi formé par :  
M. Pierre X...,  
Contre l'arrêt de la cour d'appel de PARIS, chambre 4-11, en date du 15 janvier 2015, qui, pour tromperie, falsification de denrées alimentaires, détention et administration de substances prohibées et non autorisées à des animaux destinés à la consommation humaine, l'a condamné à quinze mois d'emprisonnement avec sursis, 50 000 euros d'amende, a ordonné une mesure de confiscation et a prononcé sur les intérêts civils ;  
[...]

Vu les mémoires produits, en demande et en défense ;  
Sur le premier moyen de cassation, pris de la violation des articles 6 et 7 de la Convention européenne des droits de l'homme, 8 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, 111-4 du Code pénal, L. 234-2 II et L. 237-1 II du Code rural et de la pêche maritime, L. 213-1, L. 213-3, L. 216-3 et L. 216-6 du Code de la

consommation, L. 441-3, L. 441-4, L. 470-1 et L. 470-2 du Code de commerce, 2 et suivants, 10, 591 et 593 du Code de procédure pénale ;

« *en ce que la cour d'appel a retenu la responsabilité pénale du requérant des chefs d'administration et de détention de substances à activité anabolisante, de falsification de denrées servant à l'alimentation de l'homme, de tromperie sur les qualités substantielles de la marchandise, d'infractions aux règles de la facturation et d'avoir alloué des indemnités aux parties civiles constituées ;*

« *aux motifs que le rôle prédominant de Monsieur X..., qui visitait régulièrement les élevages intégrés, contrôlait et centralisait les besoins en médicaments et en aliments, a été mis en évidence au cours de l'enquête et par les surveillances téléphoniques ; que son implication personnelle, s'agissant tant de l'apport chez Messieurs Jean-Pierre Y... et Daniel Z..., des flacons qui se sont*