

In vino veritas : pas d'usage par mention d'embouteillage

le 8 juillet 2024

IP/IT ET COMMUNICATION | Propriété industrielle

Qu'importe le flacon, pourvu qu'on ait l'ivresse. À en croire la leçon, tout vin tient sa promesse. C'est toutefois faire peu de cas de la diversité du terroir français, dont le vignoble produit plus de 3 200 vins différents, parmi lesquels 364 bénéficient d'une protection au titre des AOP/AOC et 75 au titre des IGP (Chiffres INAO, 2021). Incontestablement, les noms de châteaux et autres mentions présentes sur les étiquettes de bouteilles jouent un rôle essentiel dans le processus de sélection du consommateur. Preuve en est la nature foisonnante du contentieux vitivinicole, les exploitants de domaines n'hésitant pas à saisir régulièrement les juridictions françaises lorsqu'ils estiment que d'autres appellations tendent à porter atteinte à leurs droits. D'ailleurs, la chambre commerciale de la Cour de cassation ne dit pas autre chose lorsqu'elle approuve la Cour d'appel de Bordeaux d'avoir jugé que le consommateur est « habitué à distinguer, s'agissant de vins d'appellation, des produits pour lesquels les marques combinent les mêmes termes désignant des noms de famille, la qualité des propriétaires ou producteurs, et des noms de propriété ou de parcelles » (Com. 6 mars 2007, n° 04-16.815).

- [Com. 15 mai 2024, F-D, n° 22-20.464](#)

Le droit des marques offre évidemment un levier d'action plus particulièrement précieux pour les acteurs du secteur. Il leur permet de se démarquer de leurs concurrents, mais également de tenter de dissuader, voire de réprimer des agissements anticoncurrentiels. Tel était manifestement l'intention des vigneron propriétaires récoltants du domaine Rolly Gassmann qui ont saisi le Tribunal judiciaire de Strasbourg, puis la Cour d'appel de Colmar et enfin la Cour de cassation d'un litige les opposant à un négociant de produits vitivinicoles - désigné société [J] - et à l'enseigne de grande distribution NORMA.

Sur les fondements de la contrefaçon de marque (ainsi que le souligne la chambre commerciale, l'art. L. 713-3 CPI était applicable dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ord. n° 2019-1169 du 13 nov. 2019 transposant le « paquet marques » en droit interne. Le résultat ne semblerait pas devoir être différent par application du nouv. art. L. 713-2 de ce code) et de la concurrence déloyale, ils leurs reprochaient en synthèse deux séries de faits : d'une part, d'avoir commercialisé des bouteilles de vin revêtues d'étiquettes et de contre-étiquettes portant la mention « mis en bouteille par [W][GASSMANN] [Localité 6] France » (le lecteur voudra bien pardonner aux auteurs le recours à des initiales, que l'anonymisation des décisions rendues dans cette affaire n'a pas permis de surmonter, complexifiant quelque peu l'appréhension et la compréhension des faits de l'espèce. Des recoupements ont toutefois permis d'établir que les initiales [H][O] visées par l'arrêt de cassation désignent [ROLLY] [GASSMANN] en pratique) ; d'autre part, d'avoir édité et distribué des catalogues et des prospectus sur lesquels apparaissaient des bouteilles de vin d'une société [J] avec les mentions erronées « fournisseur [Y][GASSMANN] [Localité 4] » / « [Y][GASSMANN] AOC Vin d'Alsace » / et « [Y][GASSMANN] ». La Cour d'appel de Colmar les avaient déboutées de l'ensemble de leurs demandes (Colmar, 8 juin 2022, n° 21/01198). Par un arrêt rendu le 15 mai 2024, la chambre commerciale de la Cour de cassation a partiellement cassé l'arrêt objet du pourvoi, opérant un tri en fonction des atteintes alléguées.

L'arrêt de la Cour de cassation invite à s'interroger sur la notion d'usage à titre de marque qui, seul, est susceptible de porter atteinte à l'une des fonctions de la marque et donc d'être jugé contrefaisant : l'apposition de mentions obligatoires peut-elle valoir usage à titre de marque ? Il n'est pas inutile de rappeler ici la nébuleuse réglementaire à laquelle se trouvent confrontés les vigneron, tenus de se conformer à une multitude de normes leur imposant autant d'obligations : code de la consommation, code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme, décret n° 2012-655 du 4 mai 2012 relatif à l'étiquetage et à la traçabilité des produits vitivinicoles et à

certaines pratiques œnologiques, règlement (UE) n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013, règlement délégué (UE) 2019/33 de la Commission du 17 octobre 2018, pour ne citer que quelques-unes d'entre elles.

En définitive, la chambre commerciale distingue deux catégories d'atteintes alléguées au droit des marques, que nous examinerons successivement.

L'opposition d'une mention d'embouteillage ne vaut pas usage

Les experts se souviendront que l'article 119, § 1, point e), du règlement (UE) n° 1308/2013 précité et l'article 46 du règlement délégué (UE) 2019/33 également précité, tout comme l'article 13 du décret n° 2012-655, imposent la mention de l'embouteilleur sur l'étiquetage et la présentation des vins. Ainsi que le rappelle notamment le site internet de la DGCCRF (« Vin étiquetage : savoir lire les étiquettes »), il s'agit d'une mention obligatoire au même titre que la dénomination de vente, le titre alcoométrique volumique acquis, la provenance ou encore le volume nominal et le message sanitaire. La mention « mis en bouteille » n'a donc pas pour objet de distinguer le produit lui-même mais uniquement la personne qui a la qualité d'embouteilleur, dans le respect de la réglementation en vigueur. Pour cette raison, elle n'est pas perçue ni comprise par le public comme tendant à désigner l'entreprise de provenance du vin, excluant *de facto* qu'il soit porté atteinte à la fonction essentielle d'identité d'origine de la marque. Tel est le sens de l'arrêt rendu le 15 mai 2024 par la chambre commerciale de la Cour de cassation dans cette affaire.

La solution ainsi retenue par la Cour de cassation nous semble devoir être approuvée. L'embouteilleur est en effet défini comme la personne physique ou morale, ou le groupement de ces personnes, qui procède ou fait procéder pour son compte à l'embouteillage (art. 46, § 1, ss. b), du règl. délégué [UE] 2019/33, préc.). Son rôle reste donc accessoire dans le processus de production du produit fini et son influence sur l'acte d'achat très incertaine, ce qui se confirme en pratique puisque les juges du fond ont constaté que son nom est inscrit « en très petits caractères sur les étiquettes et contre-étiquettes des bouteilles de vin ». L'embouteilleur ne doit donc pas être confondu avec le producteur – soit « la personne physique ou morale, ou le groupement de ces personnes, par qui ou pour le compte de qui est réalisée la transformation des raisins ou des moûts de raisins en vin ou la transformation des moûts de raisins ou du vin en vins mousseux, en vins mousseux gazéifiés, en vins mousseux de qualité ou en vins mousseux de qualité de type aromatique » – à qui seul la responsabilité du vin peut être attribuée.

Sans compter que la mention de l'embouteilleur répond à une obligation réglementaire, ce qui confirme de plus fort une absence d'usage à titre de marque, voire justifierait en toute hypothèse d'y associer une cause exonératoire écartant toute responsabilité de ce chef. Il serait également permis de s'interroger sur le point de savoir s'il les dispositions de l'article L. 713-6, § 1, 2°, du code de la propriété intellectuelle trouvent à s'appliquer, lesquelles prévoient une exception aux droits exclusifs de marque en cas d'usage « de signes ou d'indications qui sont dépourvus de caractère distinctif ou qui se rapportent à l'espèce, à la qualité, à la quantité, à la destination, à la valeur, à la provenance géographique, à l'époque de la production du produit ou de la prestation du service ou à d'autres caractéristiques de ceux-ci », c'est-à-dire lorsque le signe est utilisé à des fins d'information ; en effet, il fait peu de doutes que l'embouteilleur constitue l'une des caractéristiques de la bouteille de vin proposée à la vente (en ce sens, même si la décision a été rendue avant que cette nouvelle disposition ne soit intégrée à l'art. L. 713-6 CPI par l'ord. n° 2019-1169, préc., TGI Paris, 27 mai 2016, n° 14/09356).

La jurisprudence relative à l'absence d'usage à titre de marque tend d'ailleurs à s'étoffer. Une analogie pourrait être réalisée avec une action en déchéance à l'occasion de laquelle il a été jugé que le signe « GABRIELLE » n'avait pas été exploité par CHANEL à titre de marque, mais comme simple référence couleur (INPI, 26 mars 2021, DC-20-0035). De même, le fait de reproduire le logo d'un constructeur automobile sur un modèle réduit ne peut être poursuivi au titre de la contrefaçon, s'agissant d'un usage non pas à titre de marque mais d'illustration (Crim. 24 sept. 2014, n° 13-83.490, RTD com. 2014. 888, obs. B. Bouloc ; CJCE 25 janv. 2007, *Opel*, aff. C-48/05). Mentionnons encore l'arrêt de la Cour de cassation ayant approuvé les juges du fond d'avoir jugé que l'usage de la dénomination « MOULIN ROUGE » à des fins descriptives d'un site touristique, au même titre que d'autres monuments emblématiques de la capitale, n'affecte pas la garantie

d'origine des produits sur lesquels elle est apposée (Com. 31 mars 2015, n° 13-21.300, D. 2015. 802 [a](#) ; *ibid.* 1863, obs. L. Neyret et N. Reboul-Maupin [a](#) ; *ibid.* 2016. 396, obs. J.-P. Clavier, N. Martial-Braz et C. Zolynski [a](#) ; Rev. sociétés 2016. 326, note N. Binctin [a](#) ; JAC 2015, n° 25, p. 15, obs. R. Fievet [a](#) ; JT 2015, n° 177, p. 11, obs. R. Fievet [a](#)). Enfin, il a été récemment retenu que l'apposition de la signature et du nom de l'ancien œnologue (enregistré à titre de marque) d'une société productrice de vin sur les étiquettes des bouteilles du millésime concerné n'avait pas pour objet de garantir au consommateur l'origine du produit, mais correspondait à une pratique courante consistant à apposer la signature du ou des viticulteurs ou à mentionner leur identité afin de personnaliser le vin issu de leur travail (Aix-en-Provence, 18 mars 2021, n° 19/01097).

La désignation du « fournisseur » tombe sous le coup du droit des marques

La position retenue par la chambre commerciale est en revanche diamétralement opposée s'agissant de l'usage de la mention « fournisseur », laquelle pourrait être appréhendée par le droit des marques au titre de la contrefaçon, quand bien même chacun des produits en cause était présenté sous sa marque et que l'indication du fournisseur était précisée dans un encadré rouge parfaitement distinct.

Le fournisseur est la personne qui élabore ou vend le vin et à qui incombe donc la responsabilité commerciale du produit. La mention « fournisseur » est donc susceptible d'être comprise par le public comme tendant à désigner l'entreprise de provenance du vin. En écartant la contrefaçon de marque, « par des motifs impropres à écarter la perception par le public concerné de la mention "fournisseur [Y] [GASSMANN] - [Localité 4]" comme une garantie d'origine des produits concernés, et donc comme un usage à titre de marque », la cour d'appel n'a donc pas donné de base légale à sa décision, justifiant une cassation partielle.

L'affaire a dès lors été renvoyée devant la Cour d'appel de Colmar autrement composée pour statuer sur la présence d'une mention « fournisseur » par ailleurs erronée. S'il devait apparaître que le fondement de la contrefaçon de marque est bouchonné, d'autres moyens juridiques resteraient alors ouverts, dont la concurrence déloyale et les pratiques commerciales trompeuses. NORMA et son codéfendeur n'ont donc pas fini de boire le calice...

par Thibault Lachacinski et Benjamin Chahkar, Avocats à la Cour, Cabinet NFALAW Avocats