

# Lettre Vitivinicole

Juin 2017

## 1. FORMATION ET EXECUTION DES CONTRATS : CONFORMITE ET RESPONSABILITE PRODUITS

### **1.1 Filtre tangentiel : pas de preuve de vice caché**

(CA Lyon, 23 mars 2017, n°15/00672)

Une société spécialisée dans la filtration et le traitement des vins par le froid à la propriété a acquis auprès d'un fournisseur de matériels vinicoles un filtre tangentiel.

Après avoir rencontré différentes pannes sur le matériel ayant nécessité les interventions du vendeur, l'acheteur a prétendu que le filtre tangentiel était affecté de défauts constituant des vices cachés et a assigné son fournisseur en résolution de la vente et en résiliation du contrat de crédit-bail accessoire.

Pour ce faire, ce dernier produisait des factures faisant état de diverses interventions en réparation et se fondait sur la garantie des vices cachés dès lors que le filtre était impropre à son usage ; garantie qui lui permettait soit d'obtenir le remboursement du prix en restituant le bien, soit de le conserver et de se faire rendre une partie du prix (articles 1641 et 1644 du Code Civil).

En réponse, le vendeur affirme que les désordres constatés ne sont ni de son fait, ni du fait du matériel mais résultent : des conditions d'utilisation et de nettoyage des cartouches qui figuraient sur la notice constructeur ; du gel intervenu pendant la période hivernale et du transport inadapté de cette machine.

C'est cet aléa concernant l'origine de la panne ainsi que l'absence d'expertise contradictoire qui incitent la Cour à rejeter les demandes de l'acheteur en lui reprochant de ne pas démontrer « l'existence et la gravité d'un vice affectant le matériel, le caractère caché du vice allégué et son antériorité par rapport à la vente ».

L'acheteur est par ailleurs condamné à payer le montant des factures non réglées au vendeur.

→ *En pratique* : le fabricant doit apporter une attention particulière à la rédaction des manuels d'utilisation, des informations relatives aux conditions d'entretien et de transport, et conserver la preuve de la remise de tels documents (en mettant par ailleurs cette obligation à la charge de ses éventuels distributeurs). De son côté, le client victime du vice du matériel doit immédiatement matérialiser par écrit les vices constatés, conserver la preuve des conditions de stockage et de livraison de la machine et si possible négocier une prise en charge par le vendeur. En cas de blocage, il lui appartient de solliciter la désignation d'un expert judiciaire afin d'obtenir une analyse technique préalablement à sa demande de dédommagement.

### **1.2. Bouchons « enfoncés » : bouchons conformes**

(CA Aix en Provence, 9 juin 2016, n°15/11143)

Une coopérative agricole d'achats a vendu à l'un de ses membres 7000 bouchons ainsi que du matériel.

# Lettre Vitivinicole

L'acheteur, déplorant l'existence de coulure affectant certaines de ses bouteilles, a imputé ce défaut aux bouchons commandés, a sollicité la réparation du préjudice subi dès lors que son vin était invendable et a retenu le paiement de certaines factures relatives à du matériel.

A l'occasion du contentieux, l'adhérent de la coopérative se prévaut du mécanisme de l'exception d'inexécution qui consiste à refuser d'exécuter son obligation, alors même que celle-ci est exigible (paiement de factures en l'espèce), si l'autre n'exécute pas la sienne (livraison de bouchons conformes ici) et si cette inexécution est suffisamment grave (article 1219 du nouveau Code Civil).

Exception d'inexécution en l'espèce écartée par la Cour dès lors que les désordres, quand bien même seraient-ils avérés, ne peuvent exonérer le producteur de son obligation de payer des factures postérieures qui concernaient du matériel agricole et nullement les bouchons litigieux.

L'acheteur ne pouvait donc retenir une facture étrangère au litige.

Les demandes relatives au préjudice subi sont aussi écartées dès lors que la qualité moindre des bouchons n'est pas démontrée et que le rapport d'expertise produit par le vendeur conclut que ces derniers ne présentent « *ni pli, ni retournement, ni arrachement* » mais « *un souci d'enfoncement* ».

Or, cet « *enfoncement* » peut être attribué à un problème de vide préalable lors de la mise en bouteille, au non-respect d'un délai suffisant avant de les coucher ou à une

mauvaise température des bouchons et du vin lors de la mise en bouteille.

Précautions qui incombent à tout acheteur professionnel, de sorte que le fabricant n'est pas responsable de ces défauts résultant de la mise en bouteille.

### **1.3 Indemnisation résultant de la destruction des récoltes présentant un défaut olfactif**

(Cass. Com., 4 mai 2017, n°15-24.919)

Un vendeur de produits viticoles a fourni à une société productrice de vin un garde-vins. Les récoltes de Cabernet et de Chardonnay qui y ont été stockées présentant un défaut olfactif lié à la présence excessive de Styrène, la société productrice a procédé à la destruction de la récolte de Chardonnay à la demande du Syndicat de l'appellation.

Par la suite, cette dernière a assigné, sur le fondement des vices cachés, le vendeur et le fabricant, ainsi que leurs assureurs pour obtenir réparation du préjudice subi du fait de la perte de la récolte de Cabernet et par la destruction de la récolte de Chardonnay.

Faisant sienne les conclusions de l'expert judiciaire, la Cour d'Appel d'Agen retient la seule responsabilité du fabricant du garde-vins mais le condamne uniquement à hauteur du préjudice découlant de la perte de la cuvée de Cabernet (44 612 euros) et des frais d'analyse (2436,36 euros).

En revanche, les demandes en réparation du préjudice commercial résultant de la destruction de la récolte de Chardonnay sont rejetées au motif que « *le producteur, pressé par le syndicat, avait pris seul l'initiative de la destruction du vin et que, ce faisant, une telle*

## Lettre Vitivinicole

*opération relève de sa propre responsabilité et ne pouvait être imputée au fabricant ».*

La Cour de Cassation casse cet arrêt dès lors que la Cour aurait dû rechercher « *si la destruction de la récolte de chardonnay blanc n'était pas justifiée, dès lors qu'elle avait constaté que ce vin présentait un défaut olfactif dû à la présence d'un taux de styrène* ».

Il est vrai que le producteur démontrait que le styrène est une substance neurotoxique et que les circulaires des fraudes, notamment pour des raisons de santé humaine, justifiaient la destruction de la récolte.

### **1.4 Transport des produits et clause limitative de responsabilité**

*(Cass. Com., 4 mai 2017, n°15-20.362)*

Un commissionnaire de transport chargé de l'acheminement de vins Bordeaux intervertit deux commandes et livre donc la mauvaise. Sa responsabilité est donc engagée par le producteur qui sollicitait réparation à hauteur de 86.036 €

En défense, le commissionnaire oppose efficacement la clause limitative de responsabilité figurant au dos de ses factures et de ses documents commerciaux, dont le plafond est fixé à 12.167 euros.

Le producteur, débouté de ses demandes, forme un pourvoi en cassation au motif que le transporteur aurait commis une faute lourde, c'est-à-dire une négligence d'une particulière gravité, privant le transporteur du bénéfice de la limitation d'indemnisation.

Cette faute lourde permettrait donc de rendre donc la clause limitative de responsabilité inefficace.

La Cour de Cassation rejette le pourvoi.

En effet, se référant à législation particulière au contrat de transport, la Cour précise que seule la faute inexcusable, définie comme « *la faute délibérée qui implique la conscience de la probabilité du dommage et son acceptation téméraire sans raison valable* » (article L133-8 Code de Commerce) est de nature à « *priver le transporteur ou le commissionnaire de transport du bénéfice de la limitation réglementaire ou contractuelle des indemnités prévues en cas de dommage* ».

→ *En pratique : Quand bien même le transporteur aurait été particulièrement négligent (faute lourde), seule l'intention de nuire et la conscience du dommage causée (faute inexcusable) est de nature à priver d'efficacité la clause limitative de responsabilité stipulée dans un contrat de transport. Les entreprises du secteur viticole auraient donc tout intérêt à prendre en considération ces clauses limitatives de responsabilité lorsqu'elles font appel à ce type de prestataire : soit pour les négocier ; soit pour limiter ce risque par le biais d'une police d'assurance dédiée ; soit pour prendre le risque en connaissance de cause. Ces dernières n'oublieront en outre pas de rédiger une clause limitative de responsabilité voire exclusive de responsabilité pour leurs propres activités.*

# Lettre Vitivinicole

## 2. PRATIQUES TARIFAIRES ET FORMALISATION DE LA RELATION COMMERCIALE (FACTURATION ET BONS DE LIVRAISON)

### **2.1 Aménagement contractuel du point de départ des délais de paiement entre professionnels**

**Rappel** : Pour rappel, en l'absence de clause contractuelle relative aux délais de paiement, le délai de règlement des sommes dues est fixé au trentième jour suivant la date de réception des marchandises ou d'exécution de la prestation demandée (article L441-6 I, al. 8 C.Com). En présence d'une clause encadrant les délais de paiement, l'article L441-6, alinéa 9 du code de commerce plafonne ces derniers à 60 jours ou 45 jours fin de mois (ce délai devant être expressément stipulé et ne doit pas constituer un abus manifeste du créancier) à compter de la date d'émission de la facture. Ainsi le point de départ du délai de paiement conventionnel est par principe la date de « **l'émission de la facture** » qui se distingue du point de départ des délais de paiement supplétifs.

*(Avis CEPC n°17-4 en date du 22 mars 2017)*

Le vendeur est juridiquement tenu de délivrer la facture dès la réalisation de la vente (article L441-3 C.Com). La question posée à la CEPC était de savoir, si les parties peuvent prévoir dans leur contrat que la date de réalisation de la vente est la date de « *livraison* » définie par l'Incoterm ; la facturation au moment de livraison de marchandise faisant ainsi courir à

cette date le point de départ des délais de paiement.

Si la notion de réalisation de la vente peut renvoyer d'un point de vue opérationnel à celle de livraison des marchandises, d'un point de vue strictement juridique elle pourrait au contraire se rattacher au transfert de propriété.

Or, sauf clause contraire ce transfert de propriété intervient au moment de l'échange des consentements (1196 C. civ. nouveau).

Pour autant, telle ne semble pas la position retenue par la DGCRRF précisant que « *par analogie avec la prestation de services qui ne se trouve réalisée qu'un fois exécutée, il peut être affirmée que la vente est réalisée par la livraison ou la prise en charge de la marchandise* » (Note de service n°5322 du 3 février 1988).

En matière fiscale, le fait générateur de la facturation à savoir « *la réalisation de la livraison* » (289-I-3° CGI) définie comme « *le pouvoir de disposer d'un bien corporel comme propriétaire* » (256 CGI) renvoie, *in fine*, à la date du transfert de propriété. Néanmoins, il existe une tolérance fiscale validant l'émission de la facture au moment de la livraison si cette dernière intervient « *dans le mois suivant la date où le transfert du pouvoir de disposer de ces biens comme un propriétaire est intervenue* ».

Pour la CEPC, sous réserve de l'interprétation des tribunaux, les parties peuvent prévoir contractuellement que la facture doit être émise à la date de livraison définie par l'Incoterm, et donc par exemple à la date de la remise de la marchandise à bord du navire au

# Lettre Vitivinicole

port du départ dans le cadre de l'Incoterm FOB.

Si cette réponse ne va pas dans le sens d'une plus grande sécurité juridique, elle a le mérite de proposer au vendeur une alternative contractuelle pour l'émission de la facture, fait générateur des délais de paiement : la date de l'échange des consentements ou de la livraison des marchandises.

*En pratique : afin de sécuriser les relations commerciales, il semble donc opportun, pour les entreprises du secteur viticole souhaitant facturer au moment de la livraison, de différer contractuellement le transfert de propriété au moment de la livraison (clause à insérer dans les CGV, contrat cadre, contrat de distribution) afin d'éviter tout débat, sous réserve des contraintes fiscales précitées (livraison dans le mois du transfert de propriété). La question de l'aménagement contractuel du point de départ des délais de paiement est toutefois à manier avec précaution dans la mesure où l'obtention de délais de paiement supérieur aux plafonds légaux est lourdement sanctionnée (75 000 € pour une personne physique/ deux millions d'euros pour une personne morale depuis la loi n° 2016-1691 dite « Sapin 2 », article L441-6 VI C.Com) et pourrait, de surcroît, caractériser un déséquilibre significatif (article L442-6 I 2° C.Com.).*

## **2.2 Contentieux en paiement des factures et absence de preuve de la livraison des marchandises**

(CA, Bordeaux, 6 juin 2017, n°15/00542)

Une maison de négoce de vins a assigné son partenaire commercial, vendeur au détail, en paiement de factures qu'elle impute à des commandes livrées.

Cette demande est rejetée par la Cour d'Appel de Bordeaux au motif que fournisseur ne démontre pas la réalité des livraisons de vins ayant donné lieu à cette facturation.

Pour la Cour, en l'absence d'accusé de réception des marchandises comportant la signature du dirigeant ou le tampon de l'entreprise permettant de démontrer que l'acheteur a bien réceptionné le vin, le fournisseur, qui ne démontre pas la réalité de sa créance, voit ses demandes rejetées.

*En pratique : Cet arrêt souligne l'importance de se ménager la preuve de la livraison et de la marchandise par l'acheteur (bons de livraison tamponnés ; échanges de mails y afférent notamment). Il en va de la recevabilité des demandes dans l'hypothèse d'un contentieux en paiement des factures.*

## **3. RESEAUX DE DISTRIBUTION**

### **3.1 Agents commerciaux**

**RAPPEL :** L'agent commercial est un mandataire qui, à titre de profession indépendante, sans être lié par un contrat de louage de services, est chargé, de façon permanente, de négocier et, éventuellement,

# Lettre Vitivinicole

de conclure des contrats de vente, d'achat, de location ou de prestation de services, au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels, de commerçants ou d'autres agents commerciaux. Il peut être une personne physique ou une personne morale.

Dès lors que ces conditions sont réunies, les règles protectrices du statut des agents commerciaux s'appliquent nonobstant la qualification que les parties ont entendu donner à leur convention et l'absence de contrat écrit.

### **3.1.1 Négociation et absence de formalisation de la relation commerciale**

*(CA Dijon, 19 janvier 2017, n°15/02103).*

Souhaitant développer son activité, une société de commerce en gros de vin a demandé à un intermédiaire du commerce de boissons de la mettre en contact avec des sociétés de la grande distribution et des centrales d'achat moyennant versement de commissions. Aucun écrit n'a été établi.

Suite à un désaccord concernant le taux des commissions, l'intermédiaire a assigné son partenaire pour faire reconnaître l'existence d'un contrat d'agence commerciale et obtenir l'indemnité de fin de contrat dès lors que le mandant avait modifié unilatéralement le montant des commissions.

L'application du statut d'agent est tout d'abord contestée par le mandant. Ce dernier prétend en effet que, si l'intermédiaire est intervenu lors de sa mise en contact avec la société CARREFOUR, il n'avait aucun pouvoir de négociation ; et le mandant de produire à cet effet une attestation du groupe CARREFOUR.

Cet argument est fréquemment utilisé dès lors que les décisions récentes refusent à l'agent l'application du statut, et donc son droit à indemnité, s'il ne peut démontrer qu'il négociait les prix au nom et pour le compte du mandant.

En l'espèce, la Cour accueille les demandes de l'agent en retenant que celui-ci a perçu pendant deux ans des commissions, la plupart concernant des commandes de la société CARREFOUR (ce qui est toutefois insuffisant à le qualifier d'agent commercial) et que les échanges de mails versés aux débats démontrent qu'il était bien chargé de négocier les contrats contrairement à ce que le mandant soutenait.

Quant à la question de l'imputabilité de la rupture des relations commerciales, le mandant est jugé responsable pour avoir, sous prétexte de difficultés économiques, tenté d'imposer un nouveau taux de commissions (1% au lieu du taux déjà revu à la baisse de 2,5%).

Cette solution est classique dès lors que la rupture du contrat d'agent commercial peut résulter de la décision unilatérale du mandant de modifier le contrat, notamment en imposant à l'agent une diminution du calcul de ses commissions.

En conséquence, le mandant est condamné à verser à l'agent une indemnité de préavis (3 mois de commissions) et une indemnité compensatrice correspondant à deux années de commissions, soit au total 65 404, 65 euros.

→ *En pratique : bien que l'écrit ne soit pas une condition de validité du*

## Lettre Vitivinicole

*contrat d'agence commerciale, il est vivement conseillé de confirmer par contrat écrit les conditions et modalités dans lesquelles l'agent exercera sa mission. Il en va ainsi notamment : des pouvoirs confiés à l'agent qui devraient être clairement définis ; du taux des commissions ; de l'assiette et des ventes qui génèrent pour l'agent une commission ; des ordres directs ou indirects. Il pourrait être de même contractuellement prévu des procédures allégées visant à modifier les taux de commission afin de pouvoir efficacement répondre à la demande d'un client (modification par échange de mail par exemple). Ne pas contractualiser de telles dispositions revient à prendre le risque en fin de contrat de se voir condamner à des commissions non budgétisées parfois même déjà réglées à d'autres représentants ....*

### **3.1.2 Indemnité de fin de contrat et faute grave de l'agent**

**RAPPEL :** En cas de cessation de ses relations avec le mandant, l'agent commercial a droit à une indemnité compensatrice en réparation du préjudice subi. L'indemnité de fin de contrat n'est toutefois pas due à l'agent commercial dès lors que la cessation du contrat résulte de sa propre initiative ou de la faute grave de l'agent.

***Défaut d'information, concurrence déloyale, non-respect des obligations de l'agent pendant le préavis : faute grave justifiée***  
(CA Bastia, 3 mai 2017, n°16/00066).

Un producteur de vins corses a confié la représentation exclusive de ses vins à une agence commerciale suivant contrat verbal.

Suite à la rupture du contrat à l'initiative du mandant, l'agent a sollicité le paiement de l'indemnité compensatrice.

Pour s'opposer à cette demande, le mandant reproche à l'agent des fautes graves de nature à le priver du bénéfice de cette indemnité.

Les preuves produites par le producteur de vins à ce titre emportent la conviction de la Cour d'Appel.

En effet, pour cette dernière, même en l'absence de mandant écrit définissant les modalités pratiques d'exécution de l'obligation légale d'information, est fautif le fait de : soudainement ne plus être présent aux réunions commerciales annuelles et de ne plus communiquer de compte rendu pluri-hebdomadaire par téléphone ou mail qui étaient devenus un usage ; vendre des vins corses concurrents sans autorisation peut être important que les AOC soient différentes.

Enfin, la Cour ajoute également qu'outre les manquements antérieurs au courrier de rupture précités, d'autres manquements se sont révélés pendant le préavis : refus de prendre des commandes et de livrer les vins du mandant.

Ainsi, la Cour rappelle le principe selon lequel le mandant peut invoquer des manquements antérieurs de l'agent qui se sont révélés après

# Lettre Vitivinicole

le courrier de rupture et également des manquements de l'agent survenu pendant la durée du préavis ainsi octroyé.

→ *En pratique : la faute grave exclusive de l'indemnité est interprétée de façon stricte par les Tribunaux et est contraire à la poursuite des relations. Si en l'espèce, la gravité des faits reprochés tant avant la rupture des relations commerciales que pendant le préavis a privé l'agent du bénéfice de l'indemnité, il convient de souligner l'importance de formaliser les obligations de l'agent : informations (modalité, fréquence) / non concurrence (produits concernés notamment). De même, et même si la solution concernée est accueillante, il est conseillé de lister précisément et de façon exhaustive les griefs reprochés au sein du projet de rupture.*

### 3.2 Rupture brutale des relations commerciales établies

**RAPPEL :** Sauf à démontrer une faute, la responsabilité d'un partenaire commercial peut être engagée dès lors qu'il rompt brutalement, même partiellement, une relation commerciale établie, sans octroyer à son partenaire un préavis écrit tenant compte, notamment, de la durée de la relation commerciale.

(Cass., Com., 11 mai 2017, n°16-13.464)

Un concédant d'une marque de matériels agricoles a mis fin à la relation commerciale qui l'unissait à l'un de ses concessionnaires exclusifs depuis près de 40 ans, réservant à celui-ci le bénéfice d'un préavis de 24 mois.

Le concessionnaire évincé a assigné son concédant en rupture brutale des relations commerciales établies dès lors que le préavis de 24 mois était insuffisant compte tenu des investissements réalisés très peu de temps avant la rupture ainsi que de la saisonnalité du matériel agricole. D'autre part, le concessionnaire reproche à l'auteur de la rupture une rupture partielle des relations commerciales dès lors que, pendant le préavis, le bénéfice de son exclusivité lui avait été retiré.

Ses demandes s'élevaient ainsi à 72 830 euros de dommages et intérêts.

Ces arguments sont rejetés tant par la Cour d'Appel de Paris que par la Cour de Cassation.

Le préavis de 24 mois est en effet jugé suffisant dès lors que les investissements immobiliers tels que réalisés « *n'étaient pas perdus pour ses autres activités et pour ses éventuelles activités futures* » et que cette durée de 24 mois a couvert deux saisons de vente.

Ce faisant, si la durée du préavis est importante, la Cour s'attache à vérifier à ce qu'elle corresponde aux cycles d'activité ; ce qui est en l'espèce le cas.

Enfin, le retrait de l'exclusivité du concessionnaire, qui en principe est fautif pendant la durée du préavis, est ici justifié par la clause contractuelle stipulant un abandon réciproque et concomitant, par les parties, de leurs obligations d'exclusivité territoriale et d'approvisionnement exclusif. Cette clause n'a pas porté atteinte au concessionnaire dès lors que « *cette disposition permet, d'un côté, au concédant de vendre ses produits par l'intermédiaire d'autres revendeurs et, de*

## Lettre Vitivinicole

*l'autre, au concessionnaire, de rompre le plus tôt possible l'interdiction de vendre d'autres marques et de se limiter à un territoire donné, afin de faciliter sa reconversion commerciale ».*

→ *En pratique : l'aménagement contractuel de la durée du préavis dont on sait qu'il trouve ses limites dans la durée du préavis légal (fixé en référence à la durée des relations, la saisonnalité, les cycles d'activités, l'éventuelle dépendance économique) retrouve ici une efficacité certaine concernant la cessation des exclusivités réciproques.*

### 4. MARQUES

#### 4.1 Opposition

**RAPPEL :** Le titulaire d'une marque peut s'opposer à l'enregistrement d'une marque qui reproduirait ou imiterait sa marque, pour des produits identiques ou similaires, dans les deux mois à compter de la publication à l'INPI de cette dernière.

**CLOS DU MESNILS / LES JARDINS DU MESNILS :** Le titulaire de la marque « CLOS DU MESNILS », déposée pour notamment, des vins d'appellation d'origine contrôlée, du champagne, des whiskies et de la vodka s'est opposé à l'enregistrement de la marque « LES JARDINS DU MESNILS » pour du vin. Le Directeur de l'INPI juge que la marque seconde ne peut être enregistrée dès lors que les signes ont en commun le terme « DU MESNILS » distinctif et dominant alors que les termes « LES JARDINS » faiblement distinctif en ce qu'il désigne l'extérieur destiné à la culture des végétaux et « LE CLOS » d'usage

courant et réglementé en matière viticole, sont tous deux faiblement distinctifs. Enfin, il est intéressant de relever que les différences tenant aux circuits de distribution, à la clientèle et aux prix de vente des produits commercialisés sous les marques en présence (les premiers vendant du champagne très haut de gamme) sont inopérants dans le cadre de la procédure d'opposition (OPP 16-5443/FL, 27 avril 2017).

**GODET / LE P'TIT GODET :** La marque première « GODET » appartenant à une célèbre maison d'eaux de vie et de cognac ne fait pas échec à l'enregistrement de la marque complexe seconde « LE P'TIT GODET » pour du vin dès lors que le terme « GODET », commun aux deux signes, n'apparaît que faiblement distinctif au regard des produits en cause dès lors qu'il est susceptible de désigner la présentation ou le mode de consommation des produits. Ainsi, le consommateur portera son attention sur l'impression d'ensemble produite par les deux signes résultant de leur construction et de l'association de leurs divers éléments. Or le producteur de vin avait pris soin d'associer le terme « GODET » avec le terme « LE P'TIT » et des éléments figuratifs et de déposer le signe complexe suivant :



La marque peut donc être adoptée (OPP 16-4827/ MAM, 2 juin 2017) :

## Lettre Vitivinicole

**EMPEREUR CHARLES / CHARLES VII :** Un producteur de champagne titulaire de la marque « CHARLES VII », s'est opposé à l'enregistrement de la marque « CHARLES VII » pour du vin. Le Directeur de l'INPI considère que la marque seconde ne peut être enregistrée dès lors que les deux signes font tous deux références à un souverain dénommé Charles, ce qui leur confère des ressemblances visuelles, phonétiques et intellectuelles. Le fait qu'en réalité le roi Charles VII et l'empereur Charles ont été des personnages distincts n'écartent pas tout risque d'association dans l'esprit du consommateur de culture moyenne à qui cet élément historique devrait échapper (sic !) (OPP 16-4652 AVP, 7 avril 2017).

**CHATEAU DU PARADIS / TERRASSES DU PARADIS :** le titulaire de la marque « CHATEAU DU PARADIS », déposée pour des vins d'appellation d'origine (exploitée pour des vins Saint Emilion), s'oppose à l'enregistrement de la marque « TERRASSES DU PARADIS » pour désigner des vins. Pour faire droit à l'opposition, le Directeur de l'INPI précise que le terme « DU PARADIS » est arbitraire et distinctif, alors que les termes « CHATEAU » et « TERRASSES » ne sont que faiblement distinctifs s'agissant de produits viticoles puisqu'ils évoquent le lieu de production et les caractéristiques des vins (vignes cultivées en terrasses). Le fait que le terme « DU PARADIS » soit commun aux deux signes et apparaisse dominant dans la marque proposée à l'enregistrement implique logiquement un risque de confusion. Ce faisant, la marque « TERRASSES DU PARADIS » ne peut être enregistrée (OPP 16-4453/BES, 10 avril 2017).

**CHATEAU LATOUR / LA TOUR DE L'HORLOGE :** Le titulaire de la marque « CHATEAU

LATOUR », déposée pour des boissons alcooliques, s'oppose à l'enregistrement de la marque « LA TOUR DE L'HORLOGE » pour des boissons alcoolisées et des vins d'appellation d'origine protégée. Le Directeur de l'INPI constate que, nonobstant la renommée des vins Médoc « CHATEAU LATOUR », les signes diffèrent par la présence des termes « de l'horloge », par leur structure, par leur longueur, leur rythme et leur sonorité. Intellectuellement, le signe contesté évoque une tour sur laquelle figure une horloge alors que le signe « LA TOUR » commun aux deux signes et réglementé n'apparaît distinctif. Ainsi, il n'existe pas de risque de confusion entre les deux signes de sorte que la marque « LA TOUR DE L'HORLOGE » peut être déposée pour des vins (OPP 16-5407, 8 juin 2017).

**ANIMA VINUM / AVINUM :** Pour le Directeur de l'INPI, le signe contesté « AVINUM » peut être adopté pour du vin et des services de gestion des affaires commerciales, de présentation, de publicité et de communication y afférents sans porter atteinte à la marque antérieure « ANIMA VINUM » déposée par un négociant en vin pour désigner, outre des vins notamment, des prestations de conseils pour la direction des affaires des vignobles, les organisations d'exposition et la présentation et la communication relative aux vins. En effet, nonobstant le fait que les signes aient en commun la lettre « A » et la séquence « VINUM », les signes diffèrent par leurs longueurs, leurs structures, leurs rythmes, leurs sonorités. En outre, le terme « VINUM » susceptible d'évoquer le vin ne présente pas de caractère dominant par rapport au terme « ANIMA » qui distingue les deux signes et qui, en position d'attaque et parfaitement distinctif, écarte le risque de confusion sur

# Lettre Vitivinicole

l'origine des marques malgré la similarité des produits et services en cause.

**SKALLI / CALLY** : la marque complexe contestée « CALLY » ne peut être déposée pour désigner du vin blanc et des alcools chinois (liqueurs chinoises, saké, alcools et vins à base de riz jaune) eu égard à la marque « SKALLI » dès lors qu'il existe entre les deux signes des ressemblances visuelles et surtout phonétiques prépondérantes. Enfin, la présence d'éléments figuratifs ornementaux n'altère en rien le caractère commun et essentiel « CALLY » qui génère un risque de confusion (OPP 16-4827 / MAM du 2 juin 2017).

→ En pratique : ces décisions rappellent la nécessité de procéder à une recherche d'antériorité préalable à tout dépôt de marque ; le choix de termes et éléments figuratifs distinctifs, si possible étrangers à l'univers du vin et originaux, devra être privilégié.

## 4.2. Nullité

**Rappel** : Ne peut être adoptée comme marque, notamment, les signes dits « *déceptifs* » de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service ainsi que les signes contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, ou dont l'utilisation est légalement interdite.

« **Chute** » du Cheval Blanc  
(Cass., Com., 8 juin 2017, n°15-21357)

La société Cheval blanc, titulaire de la marque semi-figurative et notoire « *cheval blanc* », déposée le 9 juin 1933 et régulièrement renouvelée depuis pour désigner des vins, a

assigné, un viticulteur exploitant une propriété viticole à Saint-Germain-de-Graves, en annulation de la marque « *domaine du Cheval blanc* » déposée le 18 juillet 1973 ainsi qu'en interdiction d'utiliser la dénomination sociale de Cheval blanc.

Faisant sienne l'argumentation du viticulteur attaqué, la Cour d'Appel de Bordeaux rejette cette demande considérant qu'elle est prescrite. Rappelons qu'en vertu du droit commun applicable au moment des faits « *toutes les actions, tant réelles que personnelles, sont prescrites par trente ans, sans que celui qui allègue cette prescription soit obligé d'en rapporter un titre ou qu'on puisse lui opposer l'exception déduite de la mauvaise foi* » (depuis la réforme de la prescription en 2008, cette prescription est de cinq ans).

Au soutien de son pourvoi en cassation, la société Château Cheval Blanc invoque le fait qu'un signe de nature à tromper le public sur les caractéristiques d'un produit ou d'un service affecte la marque d'un vice de déceptivité qui ne peut être purgé ni par le temps ni par l'usage implique que ce dernier puisse être invoqué tant que le titulaire de la marque maintient son enregistrement en vigueur.

L'argument n'est pas reçu par la Haute Juridiction qui affirme au contraire que « *le vice de déceptivité, dont une marque est entachée, ne puisse être purgé ni par l'usage ni par le temps n'est pas de nature à rendre imprescriptible l'action, par voie principale, en nullité de la marque fondée sur ce vice* ».

# Lettre Vitivinicole

## **ROSE VINTAGE**

*(CA Aix en Provence, 8 juin 2017, n°16/15440)*

Le Château les Amoureuses dépose une demande d'enregistrement pour la marque ROSE VINTAGE.

Considérant que cette marque est dépourvue de caractère distinctif, le Directeur de l'INPI rejette cette demande pour la classe 33.

Le déposant saisit la Cour d'Aix en Provence au motif que sa marque fait référence exclusivement à la fleur de rose et à sa symbolique et non directement au vin rosé.

L'argument est rejeté par la Cour dès lors que la fleur de rose n'est pas apposée sur les étiquettes et n'apparaît pas au sein du dépôt « *ce qui conduirait le consommateur d'attention moyenne à lire « rose » et non « rosé »* ».

De même « *la référence à la fleur de rose est évidemment liée à la couleur du vin rosé et est donc dépourvue de caractère distinctif* ».

### **4. 3 Action en contrefaçon**

**RAPPEL :** s'il existe un risque de confusion, le titulaire peut agir en contrefaçon pour interdire l'usage d'une dénomination qui imiterait sa marque antérieure pour des produits identiques ou similaires.

#### **4.3.1 Recevabilité de l'action**

**Café Saint Tropez, Voile Rouge, Café Des Arts**  
*(CA Aix en Provence, 23 février 2017, n°14/04849)*

Monsieur S., commercial dans un domaine viticole et par ailleurs associé d'une société d'achat/ vente de vin, a eu l'idée de désigner

les vins du domaine par les noms des bars de Saint Tropez.

A cet effet, un accord de coexistence de marques a été conclu par Monsieur S. avec la société exploitant le fonds et la marque « *CAFE DES ARTS* » pour lui permettre de déposer la marque éponyme pour du vin. Par ailleurs, Monsieur S a déposé la marque « *CAFE SAINT TROPEZ* » et a obtenu la licence exclusive de la marque « *LA VOILE ROUGE* ».

Les relations entre Monsieur S et le domaine ayant cessé, celui-ci s'aperçoit que son ancien partenaire ainsi que son embouteilleur continuent à utiliser lesdites marques. Il les assigne donc en contrefaçon.

S'agissant de la marque « *LA VOILE ROUGE* » pour laquelle Monsieur S a obtenu une licence exclusive, la Cour rappelle justement que l'opposabilité aux tiers de la licence, donnant droit au licencié d'agir en contrefaçon, nécessite que le contrat ait été publié au registre de l'INPI. Tel n'ayant pas été le cas en l'espèce, les demandes de Monsieur S fondées sur cette marque sont jugées irrecevables.

Les autres demandes sont également rejetées aux motifs que Monsieur S. ne peut reprocher à ses anciens employeurs et partenaires d'affaires des actes de contrefaçon que si ces derniers « *ont porté atteintes donc sans son autorisation ni son accord à ces droits* ».

Tel n'est pas le cas en l'espèce dès lors que les parties étaient en relation d'affaires, se sont facturées mutuellement des prestations s'agissant des vins litigieux et ont échangé des mails concernant les étiquettes à poser sur les bouteilles de sorte que les vigneronns étaient régulièrement mandatés par le demandeur pour faire usage de ses droits.

# Lettre Vitivinicole

Les demandes de Monsieur S sont donc rejetées.

- *En pratique : cette décision rappelle la nécessité de faire inscrire à l'INPI tout contrat de licence de marque (conclu avec un tiers ou entre sociétés du même groupe) afin de le rendre opposable aux tiers sans quoi les droits ne pourraient être efficacement défendus. En outre, afin de limiter les risques de contentieux dans l'hypothèse d'une rupture des relations commerciales, toute utilisation d'une marque appartenant à un tiers, y compris salarié ou partenaire commercial, doit faire l'objet d'un contrat de licence de marque précisant les conditions et les limites à l'usage de la marque.*

#### **4.3.2 Contrefaçon et droit au toponyme**

(CA Bordeaux, 16 mai 2017, n°16/00705 et CA Bordeaux, 30 mai 2017, n°16/00145)

##### **Chateau Lafite 2 – Droit au toponyme 0**

La société CHATEAU LAFITE titulaire de la marque « CHÂTEAU LAFITE ROTHSCHILD » depuis 1972 et particulièrement active dans la surveillance et la protection de sa marque, s'est opposée avec succès à des exploitants de domaines viticoles prétendant pouvoir utiliser la dénomination « CHÂTEAU LAFITE ».

Dans la première affaire, à l'occasion du rachat d'une exploitation viticole « CHATEAU CHENU LAFITE » par une société chinoise, la société CHATEAU LAFITE a découvert que le cédant avait déposé, en 1991 les marques « CHATEAU RIDER CHENU LAFITE » et « CHATEAU LAFITE » et l'a assigné en nullité

de ces marques pour déceptivité ainsi qu'en contrefaçon.

Dans la seconde affaire, cette célèbre maison s'est opposée au dépôt de la marque « CHATEAU LAFITE » par un producteur viticole. Nonobstant le fait que cette opposition ait été reconnue par le Directeur de l'INPI, une saisie contrefaçon diligentée par la société CHATEAU LAFITE a révélé que le producteur allait commercialiser des vins dont l'étiquette comportée le signe « LAFITE ». Ce dernier a été assigné en contrefaçon et parasitisme.

Devant la Cour d'Appel de Bordeaux, les deux producteurs assignés tentent de démontrer un droit au toponyme sur leurs parcelles respectives.

S'agissant des premiers, la Cour relève qu'au vu des intitulés figurant sur le cadastre, le seul toponyme auquel peut prétendre le défendeur est le signe correspondant au lieudit « MILLE SECOUSSE ». Par ailleurs, l'argument selon lequel il existerait deux domaines distincts « CHATEAU MILLE SECOUSSE » et « CHATEAU CHENU LAFITE » est contredit par l'acte notarié de vente du domaine qui précise que l'ensemble ne forme qu'une seule et même exploitation. En toute hypothèse, rien ne prouve que le vin produit a été vinifié séparément. En conséquence, les marques qui évoquent un toponyme imaginaire sont déceptives et donc nulles.

S'agissant du second, il se fonde sur un procès-verbal de constat et une autorisation des fraudes en 2009 qui énonce que l'expression « CHATEAU LAFITE » peut être utilisée pour désigner son exploitation.

# Lettre Vitivinicole

Néanmoins, la Cour juge aux termes de l'acte notarié de vente, que le viticulteur/ acheteur n'a pas acquis une exploitation viticole mais une propriété rurale et qu'aucun élément ne permet de connaître la superficie des vignes cultivées.

En tout état de cause, la portion de parcelle « LAFITE » plantée en vigne ne représente qu'un faible pourcentage du domaine de sorte qu'aucune pièce ne permet de s'assurer que la vinification des parcelles sur ce lieu-dit se ferait de manière séparée par rapport aux autres exploitations. La circonstance que le vin soit destiné au marché étranger étant jugé indifférente par la Cour, l'apposition d'un toponyme illicite et trompeur sur des bouteilles caractérise un acte de contrefaçon.

### 4.3.3 Utilisation de la marque viticole par un prestataire de service

(CA Paris, 5 mai 2017, n°15/15434)

Le groupe Moët Hennessy a reproché à son prestataire de service, spécialisé dans le packaging des bouteilles et des étiquettes, d'avoir utilisé sur les réseaux sociaux et sur internet ses marques sans son autorisation aux fins de promouvoir ses créations.

La Cour d'Appel de Paris, après avoir relevé que les marques Moët, Mötet et Chandon, Hennessy et Ruinart étaient notoires (ce qui implique qu'une atteinte peut être caractérisée même en l'absence de risque de confusion) analyse les contrats conclus entre le groupe et son prestataire.

Relevant que ces derniers prévoyaient expressément la possibilité pour le prestataire de représenter « ses créations », la Cour juge que cette faculté contractuelle de promouvoir

son travail implique le droit pour le prestataire de communiquer sur les étiquettes réalisées et, ce faisant, sur la marque, élément qui fait partie de cette création (le prestataire a fait des choix quant à la disposition de la marque notamment).

En outre, la Cour estime que le créateur des étiquettes ne pouvait illustrer cette création qu'en utilisant lesdites marques sauf à les dénaturer et à banaliser l'image des produits et des marques en cause.

Ainsi, l'usage par le prestataire des marques renommées qui n'a pas tiré un profit indu de la réputation qu'il a lui-même contribué à créer et n'a pas présenté son travail de façon ambiguë est jugé licite.

→ *En pratique* : cette décision rappelle la nécessité, s'agissant de prestation de communication et de publicité de prévoir contractuellement le droit du prestataire de communiquer ou pas sur les prestations réalisées. Une rédaction trop accueillante comme cela semble avoir été le cas en l'espèce pourrait permettre au prestataire d'utiliser les marques de son donneur d'ordre sans son consentement. Même si tel n'était pas l'objet de la décision, il sera surtout rappelé la nécessité pour le client de prévoir contractuellement la cession des droits d'auteur sur ces créations.

### 4.3.4 Lutte contre la contrefaçon des vins : lettre d'intention CIVB / Douanes

Les douanes et le CIVB ont annoncé travailler ensemble à la création d'un nouveau dispositif visant à remplacer l'actuelle capsule CRD par

## Lettre Vitivinicole

un projet de sceau garantissant l'origine et la traçabilité des vins et permettant aux douanes d'accéder à l'ensemble de ces informations.

**Aymeric LOUVET**

*Avocat - Gérant*

[alouvet@klybavocats.fr](mailto:alouvet@klybavocats.fr)

Audrey Freeman

Avocat collaborateur

[afreeman@klybavocats.fr](mailto:afreeman@klybavocats.fr)

[www.klybavocats.fr](http://www.klybavocats.fr)

KLYB AVOCATS

1401, Av. du modial 98

Imm. Oxygène Bât. B

34 000 MONTPELLIER

Tel : 04 67 20 70 70

Port : 06 85 11 56 73