

COUR DE CASSATION
Chambre commerciale, 8 avril 2008

Pourvoi n° 07-10557
Président : Mme FAVRE

Au nom du peuple français,

La Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, a rendu l'arrêt suivant:

Attendu, selon l'arrêt attaqué (Lyon, 7 décembre 2006) que la société E Guigal propriétaire de la marque "La Mouline", déposée le 10 juin 1998 sous le n° 98 73 8009 pour désigner les vins d'appellation Bordeaux Rosé a formé opposition à la demande d'enregistrement de la marque "Château La Mouline de Labégorce", déposée le 26 mars 2004 par la société Chateau Labégorce;

Sur le premier moyen :

Attendu que la société E Guigal fait grief à l'arrêt d'avoir été rendu au visa de conclusions du ministère public, alors, selon le moyen, que si le ministère public, dans le cas où il est partie jointe, peut faire connaître son avis à la juridiction c'est soit en lui adressant des conclusions écrites qui sont mises à la disposition des parties, soit oralement à l'audience ; que la cour d'appel énonce que "le ministère public a conclu au maintien de la décision frappée d'appel", mais ne mentionne pas la présence à l'audience du ministère public, intervenu en qualité de partie jointe, ce qui implique qu'elle a été saisie de conclusions écrites ; qu'en ne mentionnant pas que ces conclusions ont été mises le jour de l'audience à la disposition des parties, la cour d'appel a violé l'article 6.1 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et les articles 16 et 431 du code de procédure civile ;

Mais attendu que la société E Guigal ne soutient pas que les conclusions du ministère public n'ont pas été mises à sa disposition ; que le moyen est inopérant ;

Sur le second moyen :

Attendu que la société E Guigal fait encore grief à l'arrêt d'avoir rejeté son recours formé contre la décision du directeur général de l'INPI ayant rejeté son opposition, alors, selon le moyen :

1°/ qu'ayant relevé que les termes Château La Mouline de Labégorce étaient disposés sur deux lignes, ce qui implique que les termes Château La Mouline se trouvent sur la première et sont ainsi volontairement mis en exergue, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences de ses constatations en considérant que, dans la

marque "Château La Mouline de Labégorce", les termes La Mouline ne se trouvent pas en exergue au contraire de la marque "La Mouline" et n'étaient pas prépondérants et a violé l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle ;

2°/ que, constitue une contrefaçon la reproduction d'une marque par l'adjonction de termes supplémentaires placés en dessous de la marque reproduite révélant une différence insignifiante aux yeux d'un consommateur moyen ; qu'ayant relevé que les termes Château La Mouline de Labégorce étaient disposés sur deux lignes, ce qui impliquait que les termes Château La Mouline se trouvaient sur la première et étaient ainsi volontairement mis en exergue, puis affirmé que les deux marques comparées dans leur globalité reproduisent une interprétation d'ensemble différente, qu'étant donné la brièveté de la première marque, le terme Mouline est en exergue alors que dans la seconde, associée au mot Château de Labégorce, il n'a aucune prépondérance, que la présentation de chacun de ces signes est distinct, l'un étant composé de deux mots et l'autre de cinq disposés sur deux lignes, que les sonorités et le rythme de ces deux vocables divergent également, que l'origine géographique éloignée et la différence de qualité des deux vins désignés par ces marques, l'un étant issu de la vallée du Rhône et d'appellation Côte Rôtie et l'autre étant un Bordeaux Rosé Haut-Médoc suppriment le risque de confusion pour un consommateur moyen lequel, dans le choix d'un grand cru est attentif à la provenance, la cour d'appel qui n'a pas recherché si le fait de superposer sur deux lignes la marque "Château La Mouline de Labégorce" en mettant en première ligne la marque reproduite "La Mouline" n'était pas de nature à créer un risque de confusion pour le consommateur moyen a privé sa décision de base légale au regard des articles 5-1 sous a) de la directive 89-104 CE du Conseil et L. 713-2 du code de la propriété intellectuelle ;

3°/ que le risque de confusion doit être examiné aux termes d'une appréciation globale fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques ; qu'en retenant que les deux marques comparées dans leur globalité produisent une impression d'ensemble différente, qu'étant donné la brièveté de la première marque, le terme Mouline est en exergue alors que dans la seconde, associée au mot Château de Labégorce, il n'a aucune prépondérance, que la présentation de chacun de ces signes est distinct, l'un étant composé de deux mots et l'autre de cinq disposés sur deux lignes, que les sonorités et le rythme de ces deux vocables divergent également, que l'origine géographique éloignée et la différence de qualité des deux vins désignés par ces marques, l'un étant issu de la vallée du Rhône et d'appellation Côte Rôtie et l'autre étant un Bordeaux Rosé Haut-Médoc suppriment le risque de confusion pour

un consommateur moyen lequel, dans le choix d'un grand cru est attentif à la provenance, la cour d'appel qui n'a pas recherché si le fait de superposer sur deux lignes la marque "Château La Mouline de Labégorce" en mettant en première ligne la marque reproduite "La Mouline" n'était pas de nature à créer un risque de confusion pour le consommateur moyen a privé sa décision de base légale au regard des articles 5-1 sous a) de la directive 89-104 CE du Conseil et L. 713-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle ;

Mais attendu que l'arrêt relève que les deux signes en cause, comparés dans leur globalité, produisent une impression d'ensemble totalement différente, aucune ressemblance n'existant entre eux ; qu'il retient qu'étant donné la brièveté de la première marque, le terme Mouline est en exergue alors que dans la seconde, associé aux mots Château et Labégorce, il n'a aucune prépondérance; qu'il ajoute que la présentation visuelle de chacun de ces signes est distincte, l'un étant composé de deux mots et l'autre de cinq disposés sur deux lignes et que les sonorités et le rythme de ces deux vocables divergent également ; qu'il relève enfin que l'origine géographique éloignée et la différence de qualité des deux vins désignés par ces marques, l'un étant issu de la Vallée du Rhône et d'appellation Côte Rôtie et l'autre étant un Bordeaux Rosé ou Haut-Médoc, suppriment le risque de confusion pour un consommateur moyen lequel dans le choix d'un grand cru est attentif à la provenance ; que la cour d'appel, en déduisant de ces constatations l'absence d'imitation de marque, a légalement justifié sa décision et a pu statuer comme elle a fait ; que le moyen n'est pas fondé ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi ;

Condamne la société E Guigal aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, rejette sa demande et la condamne à payer à la société Château Labégorce la somme de 2 500 euros ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du huit avril deux mille huit.