

COMM.

MF

COUR DE CASSATION

Audience publique du 6 septembre 2016

Cassation partielle

Mme MOUILLARD, président

Arrêt n° 692 F-D

Pourvoi n° R 14-25.692

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, a rendu l'arrêt suivant :

Statuant sur le pourvoi formé par la Société civile [...] , dont le siège est [...] ,

contre l'arrêt rendu le 27 juin 2014 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 2), dans le litige l'opposant à la société CGM vins, société à responsabilité limitée, dont le siège est [...] ,

défenderesse à la cassation ;

La demanderesse invoque, à l'appui de son pourvoi, les trois moyens de cassation annexés au présent arrêt ;

Vu la communication faite au procureur général ;

LA COUR, en l'audience publique du 14 juin 2016, où étaient présents : Mme Mouillard, président, Mme Darbois, conseiller rapporteur, Mme Riffault-Silk, conseiller doyen, M. Graveline, greffier de chambre ;

Sur le rapport de Mme Darbois, conseiller, les observations de la SCP Hémary et Thomas-Raquin, avocat de la [...] , de la SCP Lyon-Caen et Thiriez, avocat de la société CGM vins, l'avis de M. Debacq, avocat général, et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que la société [...] , qui exploite le domaine viticole du même nom, est titulaire des marques semi-figuratives « [...] » française n° 97 708 266, déposée le 10 décembre 1997 et renouvelée le 24 octobre 2007, et communautaire n° 717 728, déposée le 7 janvier 1998 avec revendication de la priorité de la marque française, désignant toutes deux des « vins d'appellation d'origine contrôlée provenant de l'exploitation exactement dénommée [...] » ; que, reprochant à la société CGM vins de commercialiser un vin d'appellation Bordeaux supérieur avec une étiquette comportant un élément figuratif similaire, elle a, après avoir fait procéder à une saisie-contrefaçon, assigné cette société en contrefaçon de marque et en concurrence déloyale et parasitaire ;

Sur le premier moyen, pris en sa troisième branche :

Vu l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle ;

Attendu que pour écarter l'existence d'un risque de confusion entre les signes en présence et rejeter les demandes en contrefaçon des marques semi-figuratives « [...] » n° 97 708 266 et 717 728, l'arrêt retient que le consommateur pertinent est un connaisseur des grands crus ;

Qu'en statuant ainsi, alors que le risque de confusion doit s'apprécier en se fondant sur la perception du consommateur moyen de la catégorie des produits en cause, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

Sur le deuxième moyen, pris en sa première branche :

Vu l'article 624 du code de procédure civile ;

Attendu que la cassation sur le premier moyen entraîne, par voie de conséquence, celle de l'arrêt qui, pour rejeter les demandes de la société [...] au titre de la concurrence déloyale et parasitaire, se fonde sur les motifs par lesquels il a retenu, pour écarter la contrefaçon, qu'il n'existait pas de risque de confusion entre les produits en cause identifiés par des dénominations différentes ;

Et sur le troisième moyen, pris en sa première branche :

Vu l'article 1382 du code civil ;

Attendu que pour faire droit à la demande reconventionnelle de publication aux frais de la société [...] , formée par la société CGM vins pour procédure abusive, l'arrêt retient qu'il y a lieu, eu égard aux circonstances du litige, de confirmer le jugement en ce qu'il a ordonné la publication par insertions de la décision et d'y ajouter le fait que celle-ci est confirmée ;

Qu'en statuant ainsi, alors qu'elle avait constaté que, cette société ayant pu se méprendre sur l'étendue de ses droits résultant de ses titres de propriété, la procédure engagée n'avait aucun caractère abusif et que l'exécution de la mesure de saisie-contrefaçon pratiquée, dûment autorisée, n'avait pas dégénéré en abus, ce dont il résultait qu'elle n'avait pas retenu de faute à l'encontre de la société [...] , la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

PAR CES MOTIFS, et sans qu'il y ait lieu de statuer sur les autres griefs :

CASSE ET ANNULE, sauf en ce qu'il rejette la demande en paiement de dommages-intérêts pour procédure abusive et la demande de publication judiciaire sur la page du site internet de la société [...] formées par la société CGM vins, l'arrêt rendu le 27 juin 2014, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ; remet, en conséquence, sur les autres points, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Paris, autrement composée ;

Condamne la société CGM vins aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, rejette sa demande et la condamne à payer à la société [...] la somme de 3 000 euros ;

Dit que sur les diligences du procureur général près la Cour de cassation, le présent arrêt sera transmis pour être transcrit en marge ou à la suite de l'arrêt partiellement cassé ;

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

MOYENS ANNEXES au présent arrêt

Moyens produits par la SCP Hémerly et Thomas-Raquin, avocat aux Conseils, pour la société [...].

PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la société [...] de sa demande de contrefaçon par imitation de la marque française semi-figurative « [...] » n° 97.708.266 et de la marque communautaire semi-figurative « [...] » n° 717.728 à l'égard de la société CGM VINS et d'avoir, en conséquence, ordonné la publication de l'insertion suivante extraite du dispositif de l'arrêt « le tribunal de grande instance de Paris par un jugement du 17 octobre 2013, confirmé par arrêt de la cour d'appel de Paris du 27 juin 2014 a débouté la société [...] de sa demande en contrefaçon de marques semi-figuratives à l'égard de la société CGM Vins » et ce, dans la revue du Vin de France et dans le journal Sud-Ouest au choix de la société CGM Vins aux frais de la société [...] à concurrence de 3.000 euros par publication ;

AUX MOTIFS PROPRES QU'« il n'est pas contesté que le signe contesté est apposé sur des produits similaires à ceux visés aux dépôts des marques ; que la société [...] expose que le risque de confusion entre les deux signes est incontestable en raison de la similitude des produits visés du même signe figuratif représentant un bateau de type drakkar qui constitue un élément distinctif fort et notoire de ses marques, immédiatement perceptible par son positionnement, sur la partie supérieure, car les différences existantes ne sont pas suffisantes pour écarter le risque de confusion entre ces signes ou à tout le moins le risque d'association, complexe ; que la société CGM Vins fait valoir que le voilier armé à deux rames à bâbord qui comporte un éperon est une galère et non un drakkar et que la société [...] artificiellement au sein de ses deux marques cet élément figuratif ; que le signe critiqué ne constituant pas la reproduction à l'identique de la marque première qui lui est opposée, il convient de rechercher s'il n'existe pas entre les deux : signes un risque de confusion (lequel comprend le risque d'association) qui doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ; que cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants ; qu'en outre, un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les signes et inversement ; que visuellement, les deux signes représentent sur leur partie supérieure un bateau de type drakkar ou galère, de couleur noire sur fond blanc voguant sur les flots et comportant une coque allongée supportant 9 rames pour l'étiquette CGM Vins et 2 pour les marques antérieures, une voile surmontée d'un mat équipé d'un drapeau flottant vers la gauche, une proue sculptée représentant une tête de dragon pour CGM Vins et une tête de dragon ailée pour les marques antérieures, et différent en ce que la voile est gonflée sur l'étiquette CGM Vins et sans vent et ornée d'une grappe de raisin pour les marques antérieures Beychevelle (baisse voile en gascon), alors que les crosses de la queue ont une orientation différente, le vaisseau de CGM

arbore des boucliers à la différence de celui reproduit sur les marques qui en sont dépourvus ; que cependant ces quelques différences ne sont pas de nature à altérer l'impression visuelle d'ensemble identique pour le consommateur pertinent, connaisseur des grands crus, concernant ces éléments figuratifs ; que toutefois, les deux signes comportent sous cet élément figuratif, la mention du terme « Château » pour le signe litigieux, et « [...] » pour les marques, puis, sous le signe litigieux, écrits en gros caractères « Les Eyraux », ces mentions étant écrites en lettres noires selon le même type de caractères ; que les marques antérieures protègent une étiquette, blanche de forme octogonale et l'étiquette litigieuse, de forme rectangulaire, comporte un liseré de forme octogonale ; que phonétiquement, les dénominations d'attaque « Château » sont identiques mais diffèrent dans les termes qualifiants « Beychevelle » d'une part et « Les Eyraux » d'autre part ; que conceptuellement, les signes opposés revêtent un caractère arbitraire par rapport aux produits visés ; qu'il s'agit de deux marques complexes au sein desquelles est incorporé un élément figuratif ; que l'appréciation globale de la contrefaçon doit s'effectuer à partir de tous les facteurs pertinents et c'est justement que le tribunal a indiqué que le drakkar ou galère ne permet pas au consommateur pertinent d'identifier le vin de Bordeaux, mais que c'est, comme développé ci-dessus, l'élément verbal qui indique son origine qui permet cette identification, et ce d'autant qu'il est justifié que d'autres étiquettes de vins représentent des drakkars ou bateaux similaires, que l'élément verbal constitue l'élément distinctif dominant ; qu'aucun fait de confusion ou d'association n'étant d'ailleurs justifié de la part d'un quelconque consommateur ; qu'il résulte de l'analyse globale ainsi menée qu'en dépit de l'identité ou de la similarité des produits et services couverts par les marques opposées, le consommateur ne pourra se méprendre sur l'origine respective des produits ou des services en cause, tant sont distincts la construction, la prononciation et la perception des signes opposés ; qu'il ne sera pas conduit à penser qu'ils proviennent d'une même entreprise ou d'entreprises liées économiquement ; que c'est donc à bon droit que le tribunal a rejeté les demandes de contrefaçon de marques formées par la société appelante qu'il convient de débouter de ses demandes à ce titre » ;

ET AUX MOTIFS, A LES SUPPOSER ADOPTES, QUE « sur les actes de contrefaçon de la marque communautaire semi-figurative « [...] » n°717.728 déposée le 7 janvier 1998 dans la classe 33 « vins d'appellation d'origine contrôlée provenant de l'exploitation exactement dénommée [...] » : que le risque de confusion doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ; que cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants ; que la perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque ; qu'à cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails ; que les produits de la société [...] et ceux de la société CGM VINS sont identiques s'agissant de vins, la qualité des vins en cause n'étant pas à prendre en considération au niveau de l'appréciation des actes de contrefaçon ; que sur le plan visuel, la marque communautaire de la société [...] est complexe en ce qu'elle comporte deux éléments, l'un figuratif et l'autre verbal et l'étiquette arguée de contrefaçon est aussi un signe complexe également constitué d'un élément verbal et d'un élément figuratif ; que les signes en conflit sont similaires en ce que chacun a un signe figuratif représenté dans la partie supérieure et un signe verbal dans la partie inférieure, le signe verbal « I... B... » étant écrit sur une seule ligne alors que le signe verbal « CHATEAU LES EYRAUX » est écrit sur deux lignes, le terme « I... » sur la première ligne et le terme « LES EYRAUX » en-dessous ; que les éléments tant verbaux que figuratifs des signes en présence sont en noir sur fond blanc ; que l'élément figuratif s'agissant d'une embarcation et sur laquelle la société [...] fonde la distinctivité de la marque communautaire présente de légères différences avec celle représentée sur l'étiquette de la société CGM VINS lesquelles sont relevées par la société défenderesse ; que la figure de proue de l'embarcation de la marque de la société [...] est ailée alors que celle de l'embarcation sur l'étiquette arguée de contrefaçon ne l'est pas ; que la position de la voile n'est pas la même ; que les rames et les cordages ne sont pas visibles sur l'esquif de la marque arguée de contrefaçon alors qu'ils le sont dans le signe de la société défenderesse ; que la crosse de la queue de l'embarcation n'est pas tournée dans le même sens ; qu'il existe donc des différences entre les deux embarcations mais elles ne sont pas suffisantes pour modifier l'impression visuelle produite par le signe figuratif qui dans les deux signes est une embarcation ancienne avec une voile, une proue et une crosse relevée à l'arrière ; qu'en revanche, les signes verbaux sont différents tant sur le plan visuel que sur le plan phonétique et conceptuel bien qu'écrits dans la même police dans la mesure où si l'expression « I... » est employée de façon identique, celle-ci est nécessaire et commune et suivie du nom du château lequel en revanche diffère ; que dans un cas il s'agit de « I... B... » et dans l'autre de « CHATEAU LES EYRAUX » ; que la société [...] soutient que l'élément figuratif qui se retrouve dans les deux signes est l'élément distinctif dominant par rapport à l'élément verbal ; que d'une part, il convient de constater que l'élément figuratif est un genre d'embarcation qui figure souvent sur des étiquettes de vins comme le démontre la société défenderesse qui

présente différentes marques avec un « drakkar » (pièces n°6, 7, 8 et 10) ; que d'autre part, s'agissant de produits identiques, le vin de bordeaux, ce n'est pas la représentation d'une embarcation avec une voile qu'elle soit qualifiée de drakkar ou de galère qui permet au consommateur pertinent d'identifier le produit concerné mais l'élément verbal qui indique son origine ; qu'en effet, l'élément verbal qui indique la provenance du vin par le nom du château permet au consommateur d'identifier le produit et de garantir sa provenance, élément déterminant dans le choix de vins ; que l'élément verbal s'agissant de la dénomination du château est donc dominant par rapport à l'élément figuratif représentant une embarcation ancienne ; qu'en conséquence, les signes en présence ne produisent pas, malgré l'identité des produits s'agissant de vins et des ressemblances visuelles liées au signe figuratif s'agissant d'une embarcation ancienne et à la composition d'un signe complexe, sur le consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, une impression d'ensemble similaire ; que le consommateur s'attachera davantage à l'élément verbal qui est différent tant sur le plan conceptuel que phonétique et visuel pour partie qui lui permet d'identifier l'origine du produit, l'appellation du château en matière de vins de bordeaux étant déterminante au regard des produits concernés obéissant à des règles spécifiques relatives au terroir et donc à l'origine et écartant tout risque de confusion dans l'esprit du public qui ne pourra penser que les produits proviennent du même château ou sont économiquement liés ; que la société [...] est déboutée de sa demande pour actes de contrefaçon par imitation de la marque communautaire semi-figurative n° 717 728 ; Sur les actes de contrefaçon de la marque française semi-figurative « CHATEAU BEYCHEVILLE » n° 97.708.266 : que la marque française n° 97.708.266 est identique à la marque communautaire précitée et est déposée dans la même classe de produits ; que la société [...] oppose sa marque française semi-figurative au même signe complexe « CHATEAU LES EYRAUX » de sorte que pour les mêmes motifs que ceux exposés précédemment elle est déboutée de sa demande en dommages et intérêts pour actes de contrefaçon par imitation » ;

1°) ALORS QUE dans leurs conclusions d'appel, les parties s'accordaient pour admettre que le risque de confusion devait s'apprécier du point de vue d'un consommateur moyen et non d'un consommateur averti ; qu'aucune d'elles ne soutenait que le public pertinent serait constitué par les connaisseurs de grands crus ; qu'en retenant que le consommateur pertinent serait un « connaisseur des grands crus », la cour d'appel a méconnu les termes du litige, en violation de l'article 4 du code de procédure civile ;

2°) ALORS QU'en retenant ainsi d'office, sans inviter les parties à s'en expliquer, que le consommateur pertinent serait un « connaisseur des grands crus », la cour d'appel a méconnu le principe de la contradiction, en violation de l'article 16 du code de procédure civile ;

3°) ALORS QUE le risque de confusion doit s'apprécier en se fondant sur la perception du consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, de la catégorie des produits en cause ; qu'à la différence d'un utilisateur averti, il n'est demandé aucune connaissance spécifique à ce consommateur ; qu'en définissant le consommateur pertinent, non comme un consommateur moyen de vins, mais comme un « connaisseur des grands crus », c'est-à-dire comme un consommateur averti, la cour d'appel a violé l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle ;

4°) ALORS QUE la contrefaçon par imitation suppose la démonstration d'un simple risque de confusion et non de l'existence de faits de confusion avérée ; qu'en affirmant qu'aucun fait de confusion ou d'association ne serait justifié de la part d'un quelconque consommateur, la cour d'appel s'est déterminée par un motif inopérant, en violation de l'article L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle.

DEUXIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir débouté la société [...] de sa demande en dommages-intérêts au titre de la concurrence déloyale et parasitaire à l'égard de la société CGM VINS et d'avoir, en conséquence, ordonné la publication de l'insertion suivante extraite du dispositif de l'arrêt « le tribunal de grande instance de Paris par un jugement du 17 octobre 2013, confirmé par arrêt de la cour d'appel de Paris du 27 juin 2014 a débouté la société [...] de sa demande en contrefaçon de marques semi-figuratives à l'égard de la société CGM Vins » et ce, dans la revue du Vin de France et dans le journal Sud-Ouest au choix de la société CGM Vins aux frais de la société [...] à concurrence de 3.000 euros par publication;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « la concurrence déloyale doit être appréciée au regard du principe de la liberté du commerce ce qui implique qu'un signe ou un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de, faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, circonstance attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce ; que l'appréciation de la faute au regard du risque de confusion doit résulter d'une approche concrète et circonstanciée des faits de la cause prenant en compte notamment le caractère plus ou moins servile, systématique ou répétitif de la reproduction ou de l'imitation, l'ancienneté d'usage, l'originalité, la notoriété de la prestation copiée ; qu'ainsi le principe est la liberté du commerce ce qui implique qu'un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle peut être librement reproduit, sous réserve de l'absence de faute préjudiciable à un exercice paisible et loyal de la concurrence ; que pour que la vente d'un produit identique constitué un acte de concurrence déloyale, il convient de démontrer que cette reproduction est fautive ; que la société appelante reproche à l'intimée d'avoir repris depuis 2009 les caractéristiques de ses étiquettes en modifiant ses étiquettes précédentes car diverses mentions, écrites en lettres noires, droites à l'exception de la mention Grand Vin suivie du millésime, écrite en lettres rouges, ont été reprises dans l'étiquette litigieuse dont les mentions sont écrites en lettres droites noires, à l'exception de la mention Grand vin de Bordeaux, écrite en lettres rouges ; qu'elle ajoute que ces similitudes concernant la structure du décor de l'étiquette, la couleur, le graphisme des diverses mentions ne sont pas manifestement fortuites et sont de nature à accroître le risque de confusion et ce d'autant que le vin de la société intimée est notamment destiné à l'exportation dont l'attention sera plus sensible aux similitudes des éléments figuratifs et graphiques de l'étiquette ; qu'elle poursuit en indiquant que la reprise de l'ensemble des différentes caractéristiques est constitutive d'un comportement déloyal ; que cependant il vient d'être indiqué qu'il n'existe pas de confusion entre les produits en cause identifiés par des dénominations différentes ; que l'étiquette de la société CGM Vins qui se distingue par sa propre dénomination écrite sur deux lignes et non une avec des minuscules et majuscules, comporte des mentions: Grand vin de Bordeaux, Bordeaux Supérieur qui ne figurent pas sur les étiquettes de la société appelante ; qu'il ne peut être reproché une calligraphie en lettres noires pour des mentions nécessaires, ainsi que l'usage de lettres rouges usuellement utilisées sur les étiquettes de vins ; qu'il n'est démontré aucun risque de confusion entre les étiquettes, alors que les deux sociétés ne s'adressent pas à la même clientèle, les vins distribués respectivement par elles appartenant à des catégories différentes et étant vendus à des prix très différents ; qu'à défaut de faute démontrée à la charge de la société intimée ayant généré un risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen, c'est à bon droit que le tribunal a rejeté la demande à ce titre » ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QUE « la concurrence déloyale et le parasitisme sont certes pareillement fondés sur l'article 1382 du code civil mais sont caractérisés par application de critères distincts, la concurrence déloyale l'étant au regard du risque de confusion, considération étrangère au parasitisme qui requiert la circonstance selon laquelle, à titre lucratif et de façon injustifiée, une personne morale ou physique copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements ; qu'en effet, la concurrence déloyale comme le parasitisme présentent la caractéristique commune d'être appréciés à l'aune du principe de la liberté du commerce qui implique qu'un produit qui ne fait pas ou ne fait plus l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit ou par l'existence d'une captation parasitaire, circonstances attentatoires à l'exercice paisible et loyal du commerce ; que l'appréciation de la faute au regard du risque de confusion doit résulter d'une approche concrète et circonstanciée des faits de la cause prenant en compte notamment, le caractère plus ou moins servile, systématique ou répétitif de la reproduction ou de l'imitation, l'ancienneté d'usage, l'originalité, la notoriété du produit copié ; qu'en l'espèce, les sociétés [...] et la société CGM VINS bien que vendant toutes deux du vin ne s'adressent pas à la même clientèle, le cru de I... B... n'étant pas comparable au vin vendu par la société CGM VINS ; que le vin de la société CGM est un vin de consommation courante alors que le vin de I... B... fait partie des grands crus classés de Bordeaux et est vendu à des prix qui en fonction des millésimes peuvent être élevés de sorte qu'elles n'interviennent pas sur le même secteur de marché du vin ; que la société [...] reproche à la société CGM VINS de s'inscrire dans son sillage en profitant de ses investissements et de sa notoriété notamment en fabriquant des étiquettes similaires ; que les mentions qui seraient reprises dans ses étiquettes par la société CGM VINS selon la société [...] sont des mentions banales mais nécessaires indiquant notamment l'année de production et la qualité du vin en l'espèce « bordeaux supérieur » ; que le contraste avec la mention « GRAND VIN DE BORDEAUX » sur l'étiquette de la société CGM VINS qui reprendrait la mention ou « GRAND VIN 2007 » est également banale et descriptive du produit et le fait qu'elle soit écrite en rouge est commune ; qu'en conséquence, la reprise de la couleur et le graphisme des différentes mentions portées sur les étiquettes n'est pas de nature à caractériser une faute s'agissant de

mentions et de couleurs banales les étiquettes étant prises dans leur globalité suffisamment différentes pour éviter toute confusion dans l'esprit du consommateur moyen de sorte que la société [...] ne démontre pas que la société CGM VINS a cherché à se placer dans son sillage pour profiter de ses investissements et de sa réputation ; qu'au surplus, aucune confusion ne peut intervenir entre un grand cru classé (appellation Saint Julien-4ème grand cru du Médoc-classement 1855) pour le vin I... B... et un bordeaux supérieur pour le vin CHATEAU LES EYRAUX ; qu'en conséquence, la société [...] qui n'établit pas d'actes de concurrence déloyale et parasitaire à l'égard de la société CGM VINS est déboutée de ses demandes à ce titre » ;

1°) ALORS QUE la cour d'appel s'étant fondée, pour débouter la société [...] de ses demandes pour concurrence déloyale et parasitaire, sur les motifs par lesquels elle a retenu, pour écarter la contrefaçon, qu'il n'existait « pas de risque de confusion entre les produits en cause identifiés par des dénominations différentes », la cassation à intervenir sur le premier moyen entraînera, par voie de conséquence, la censure de l'arrêt du chef critiqué par ce deuxième moyen, et ce, en application de l'article 624 du code de procédure civile ;

2°) ALORS QUE dans ses conclusions d'appel (p. 22), la société [...] faisait valoir que le vin de la société CGM VINS était notamment destiné à l'exportation et que la présentation de l'étiquette de celui-ci était de nature à créer un risque de confusion, auprès des consommateurs non francophones, et notamment du public asiatique, qui seront plus sensibles aux similitudes des éléments figuratifs et graphiques des étiquettes en présence qu'aux différences entre les éléments verbaux, et soulignait, à cet égard, que le vin I... B... était désigné en Chine sous la dénomination « LONG ZHOU », signifiant « bateau du dragon » ; qu'en écartant tout risque de confusion entre les produits en présence, sans s'expliquer sur ce point, quand elle constatait elle-même que les dessins représentés sur les étiquettes produisaient une « impression visuelle d'ensemble identique », la cour d'appel a insuffisamment motivé sa décision, en violation de l'article 455 du code de procédure civile ;

3°) ALORS QUE l'action en responsabilité pour parasitisme ou concurrence parasitaire ne requiert pas l'existence d'un risque de confusion ; qu'en déduisant l'absence de parasitisme de ce que les étiquettes seraient, « prises dans leur globalité suffisamment différentes pour éviter tout risque de confusion », la cour d'appel a violé l'article 1382 du code civil ;

4°) ALORS, EN TOUTE HYPOTHESE, QU'au titre du parasitisme, la société [...] reprochait à la société CGM VINS de s'être placée dans son sillage en adoptant les caractéristiques essentielles de son étiquette et soulignait que le parasitisme était « d'autant plus flagrant » que l'étiquette du vin de la société CGM VINS reprenait, outre les éléments de son étiquette protégés à titre de marque, la couleur et le graphisme des mentions apposées sur celle-ci ; que la question n'était, dès lors, pas de savoir si, en elles-mêmes, les couleurs et mentions reprises par la société CGM VINS étaient banales mais de savoir si, en reprenant la couleur et le graphisme des mentions apposées sur les étiquettes du vin « I... B... », sur des étiquettes imitant, par ailleurs, les caractéristiques essentielles des étiquettes de ce vin, la société CGM VINS ne s'était pas placée dans le sillage de la société [...] ; qu'en relevant qu'en elles-mêmes, les mentions et couleurs reprises par la société CGM VINS seraient banales, la cour d'appel a statué par un motif inopérant, et a ainsi privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil.

TROISIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir ordonné la publication de l'insertion suivante extraite du dispositif de l'arrêt « le tribunal de grande instance de Paris par un jugement du 17 octobre 2013, confirmé par arrêt de la cour d'appel de Paris du 27 juin 2014 a débouté la société [...] de sa demande en contrefaçon de marques semi-figuratives à l'égard de la société CGM Vins » et ce, dans la revue du Vin de France et dans le journal Sud-Ouest au choix de la société CGM VINS aux frais de la société [...] à concurrence de 3.000 euros par publication ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « la présente procédure ne revêtant aucun caractère manifestement abusif, la société appelante ayant pu légitimement se méprendre sur l'étendue de ses droits résultant de ses titres de propriété mais ne constituant que l'exercice normal d'un droit, il n'y a pas lieu de faire droit à la demande reconventionnelle de l'intimée tendant à être indemnisée à ce titre, la mesure de saisie-contrefaçon exercée n'étant qu'une mesure probatoire dûment autorisée, qui n'a pas dégénéré en abus, mais ne constituant que l'exercice normal d'un droit, il n'y a pas lieu de faire

droit à la demande reconventionnelle de l'intimée tendant à être indemnisée à ce titre et la mesure de publication, ci-dessous confirmée rendant infondée le préjudice allégué ; qu'il y a lieu, en regard des circonstances du litige, de confirmer le jugement en ce qu'il a ordonné la publication par insertions de sa décision selon les mêmes modalités, en y ajoutant, « jugement du 17 octobre 2013 confirmé par la cour d'appel en date du 27 juin 2014 » » ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QUE « les conditions sont remplies pour condamner la société [...] à verser à la société CGM VINS la somme de 10.000 euros en application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile outre une mesure de publication judiciaire qui sera ordonnée suivant les modalités fixées au dispositif » ;

1°) ALORS QU'une mesure de publication ordonnée par le juge civil est destinée à réparer le préjudice subi par la victime d'un fait générateur de responsabilité ; que le rejet d'une action en justice ne fait pas peser sur le demandeur une responsabilité objective à l'égard du défendeur ; qu'en ordonnant une mesure de publication judiciaire aux frais de la société [...] , tout en constatant qu'elle n'avait commis aucune faute en faisant procéder à une saisie-contrefaçon et en agissant en justice, la cour d'appel a violé l'article 1382 du code civil ;

2°) ALORS, EN TOUTE HYPOTHESE QU'en statuant ainsi, sans indiquer en quoi la société CGM VINS aurait subi un préjudice justifiant le prononcé d'une telle mesure de publication, la cour d'appel a encore violé l'article 1382 du code civil.