

COMM.

DB

COUR DE CASSATION

---

Audience publique du 23 juin 2021

Rejet non spécialement motivé

Mme MOUILLARD, président

Décision n° 10347 F

Pourvoi n° R 19-20.169

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

---

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

---

DÉCISION DE LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, DU 23 JUIN 2021

La société coopérative vinicole de Lugny (L'Aurore), société coopérative agricole, dont le siège est [Adresse 1], a formé le pourvoi n° R 19-20.169 contre l'arrêt rendu le 29 janvier 2019 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 1), dans le litige l'opposant à la société Bernard Magrez grands vignobles du Sud, société par actions simplifiée, dont le siège est [Adresse 2], défenderesse à la cassation.

Le dossier a été communiqué au procureur général.

Sur le rapport de M. Mollard, conseiller, les observations écrites de la SCP Bernard Hémerly, Carole Thomas-Raquin, Martin Le Guerier, avocat de la société coopérative vinicole de Lugny (L'Aurore), de la SCP Waquet, Farge et Hazan, avocat de la société Bernard Magrez grands vignobles du Sud, et l'avis de Mme Gueguen, premier avocat général, après débats en l'audience publique du 11 mai 2021 où étaient présents Mme Mouillard, président, M. Mollard, conseiller rapporteur, M. Guérin, conseiller doyen, Mme Gueguen, premier avocat général, et Mme Labat, greffier de chambre,

la chambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation, composée des président et conseillers précités, après en avoir délibéré conformément à la loi, a rendu la présente décision.

1. Les moyens de cassation annexés, qui sont invoqués à l'encontre de la décision attaquée, ne sont manifestement pas de nature à entraîner la cassation.

2. En application de l'article 1014, alinéa 1er, du code de procédure civile, il n'y a donc pas lieu de statuer par une décision spécialement motivée sur ce pourvoi.

EN CONSÉQUENCE, la Cour :

REJETTE le pourvoi ;

Condamne la société coopérative vinicole de Lugny (L'Aurore) aux dépens ;

En application de l'article 700 du code de procédure civile, rejette la demande formée par la société coopérative vinicole de Lugny (L'Aurore) et la condamne à payer à la société Bernard Magrez grands vignobles du Sud la somme de 3 000 euros ;

Ainsi décidé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du vingt-trois juin deux mille vingt et un.

MOYENS ANNEXES à la présente décision

Moyens produits par la SCP Bernard Hémerly, Carole Thomas-Raquin, Martin Le Guerier, avocat aux Conseils, pour la société coopérative vinicole de Lugny (L'Aurore).

PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt d'avoir, confirmant le jugement du 30 juin 2017 rendu par le tribunal de grande instance de Paris, débouté la société SCV L'Aurore de ses prétentions au titre de la contrefaçon de marques ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « I - Sur les faits de contrefaçon de marque Que pour demander l'infirmité du jugement qui a écarté la contrefaçon, la SCV DE LUGNY « L'AURORE » soutient, concernant la comparaison des signes, que les marques 705 et 793 sont essentiellement composées, outre leur aspect semi-figuratif secondaire, du terme « L'AURORE » lequel a un caractère dominant ; que le tribunal aurait dû considérer le lever de soleil comme un élément secondaire ; que concernant l'usage critiqué, le terme « L'AURORE » apparaît à l'évidence dominant ; qu'il est de couleur dorée et positionné de manière centrale selon un rang supérieur ; que les autres éléments sont de taille plus petite et/ou présentés sur des lignes au-dessous ; que le terme « en Gascogne » est descriptif en ce qu'il indique la provenance géographique des produits ; que la mention « La douceur de nos vignes » est un simple slogan ; que la photographie en arrière-plan est purement décorative ; que la signature « Bernard Magrez » renvoie au nom du négociant ; que sur 71 marques enregistrées au nom de Bernard Magrez en classe 33, il en existe 55 pour lesquelles le patronyme n'est pas présent ; qu'en tout état de cause, il est possible de voir coexister plusieurs marques ensemble ; que sur les plans visuel et phonétique, les signes comportent le terme commun « L'AURORE » ; que d'un point de vue auditif, ce terme est dominant ; que sur le plan conceptuel, les signes renvoient à des évocations en lien avec le cycle du soleil ; que concernant la comparaison des produits, ceux-ci sont identiques, à savoir du vin ; qu'ainsi le risque de confusion est constitué dans la mesure où les consommateurs moyennement avisés penseront inévitablement que les produits vendus par l'intimée ont la même origine commerciale que les vins L'AURORE et assimileront les produits de la société BMGVS à un nouveau vin issu de la gamme « L'AURORE » dont le producteur aurait essaimé dans une autre région viticole comme cela est de pratique fréquente ;

Que la société BERNARD MAGREZ GRANDS VIGNOBLES DU SUD, qui demande la confirmation du jugement, soutient que

la similitude des produits est faible dès lors que les vins de l'appelant sont exploités en Bourgogne et les siens en Gascogne ; que visuellement les parties figuratives n'ont aucun point commun, cependant que les éléments verbaux, sauf le terme L'AURORE, sont différents ; que sur le plan auditif, les noms Gascogne et Bernard Magrez n'existent pas dans la marque protégée ; que sur le plan conceptuel, la marque revendiquée évoque le soleil levant cependant que le signe contesté évoque une ambiance particulière et une attache géographique spécifique ; qu'il n'existe pas de risque de confusion compte tenu notamment de la notoriété du groupe Bernard Magrez et de sa signature ;

Sur la comparaison des produits :

Que les marques 705 et 793 sont toutes deux enregistrées pour désigner en classe 33 le vin ; que les produits contestés sont tous deux des bouteilles de vin ; qu'alors que leurs conditions d'exploitation, en Bourgogne ou en Gascogne, sont indifférentes, il sera conclu que les produits sont identiques ;

Sur la comparaison des signes :

Que les marques antérieures portent sur les signes semi-figuratifs :

et que les bouteilles de vin contestées comportent les étiquettes ci-après :

Que les signes seconds n'étant pas la reproduction à l'identique des marques antérieures, il convient de rechercher s'il n'existe pas, entre eux, un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les deux marques au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce ;

Que visuellement, les deux marques antérieures comportent toutes deux une partie verbale, de couleur noire bordée de doré pour la première et noire pour la seconde, composée du terme « L'AURORE », outre la mention « Depuis 1926 » exclusivement dans la seconde ; qu'elles comprennent aussi une partie figurative, constituée du dessin stylisé d'un soleil se levant au-dessus de la ligne d'horizon, de couleur orange vif dans les deux cas ; que pour la première marque la partie verbale est droite et la partie figurative courbe, cependant que la configuration est inverse dans la seconde ; que dans les deux cas, la partie verbale et la partie figurative constituent un tout harmonieux et lumineux évoquant un lever de soleil ;

Que les signes seconds sont tous deux constitués d'étiquettes collées sur des bouteilles de vin ; qu'ils sont aussi semi-figuratifs ; que la partie figurative est dans les deux cas composée de photographies représentant un paysage de vignes, qu'on peut supposer de Gascogne compte tenu de ce qui suit, de couleur plutôt rouille et automnale pour le premier, de

couleur sombre sinon crépusculaire pour le second ; que la partie verbale est complexe ; que dans les deux cas on retrouve des termes communs, « L'Aurore en Gascogne », outre la signature « Bernard Magrez », insérée dans les vignes pour le premier, et dans la partie verbale pour le second ; qu'on trouve en outre une mention « La douceur des vignes » exclusivement dans la seconde marque ; qu'on note que si le terme « L'Aurore » est de couleur dorée, celui « en Gascogne », de couleur noire, ressort plus ;

Que la cour observe à ce stade que si le signe second comprend dans sa partie verbale le terme « L'AURORE », il diffère totalement des marques premières pour le surplus, d'abord par sa partie verbale qui comprend en outre le terme « en Gascogne » et la signature « Bernard Magrez », ensuite et surtout par sa partie figurative, comprenant des photographies de paysages sombres et automnaux, en opposition à des dessins de levers de soleil gais et lumineux ;

Que phonétiquement, si les deux signes se prononcent en attaque « L'aurore », force est de constater que le signe second se poursuit à tout le moins par « en Gascogne », formant un ensemble, de par la conjonction « en », qui ne peut être séparé ;

Que conceptuellement, les signes en présence n'ont pas la même signification ; que les premiers, ainsi qu'il a été dit harmonieux par leur combinaison de partie verbale et figurative, dont l'une n'est pas dominante par rapport à l'autre, évoquent indivisiblement un lever de soleil lumineux ; que les seconds insistent plus fortement sur des paysages de vignes en Gascogne à l'heure où le soleil ne s'est pas encore levé ;

Que si un faible degré de similitude entre les signes peut être compensé par un degré de similitude élevé entre les produits ou les services désignés (et inversement), encore faut-il qu'il puisse exister un risque de confusion entre les signes ;

Que la cour estime, en l'espèce, que même si les deux marques se rapportent à des produits identiques, en l'espèce du vin, en l'état des importantes différences visuelles, phonétiques et conceptuelles ci-dessus analysées entre les signes en cause pris dans leur ensemble, le consommateur moyennement attentif ne sera pas amené à croire que le signe contesté serait la déclinaison ou l'adaptation de la marque antérieure et qu'il n'existe donc pas de risque de confusion entre les signes en cause ;

Que pour ces motifs, le jugement sera confirmé » (cf. arrêt p. 6 à 9) ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QUE « Sur la contrefaçon des marques de l'union, La SCV de Lugny L'Aurore est titulaire des deux marques de l'union européenne semi figuratives déposées en couleurs pour désigner en classe 33 des « vins ».

La société BMGVS commercialise sur son site Internet et sur d'autres sites marchands : amazon.fr, bacchus&moi, lamassue.fr, cdiscount.com, une gamme de vins de cotes de Gascogne munis d'une étiquette comportant la photographie d'un paysage de vignes en arrière-plan ou au bas de l'étiquette, avec la mention « L'Aurore en Gascogne » dans un encart blanc entouré d'un liseré doré ou la mention en partie haute de l'étiquette : « L'Aurore en Gascogne- la douceur de nos vignes » (pièces n° 8, 9, 14, 16, 17 et 43).

La SCV de Lugny L'Aurore estime que la reprise par son adversaire, de l'élément verbal dominant « L'Aurore », à titre de marque, en tant qu'élément central et attractif de l'étiquette, pour désigner des vins, les similitudes entre les signes et l'identité des produits qui génèrent un risque de confusion, caractérisent la contrefaçon des deux marques dont elle est titulaire.

La société BMGVS soutient quant à elle que la matérialité de la contrefaçon n'est pas établie, compte tenu du faible degré de similitude des produits, de l'absence de similitude visuelle et conceptuelle entre les signes et de l'absence de risque de confusion directe ou indirecte.

Sur ce,

Les signes en présence étant différents, l'appréciation de la contrefaçon doit s'effectuer au regard de l'article 9 du règlement (CE) n° 207/ 2009 du 26 février 2009, en sa version modifiée issue du règlement 2424/ 2015 (point 11) selon lequel :

« 1. L'enregistrement d'une marque de l'Union européenne confère à son titulaire un droit exclusif.

2. Sans préjudice des droits des titulaires acquis avant la date de dépôt ou la date de priorité d'une marque de l'Union européenne, le titulaire de cette marque de l'Union européenne est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d'un signe pour des produits ou services lorsque :

(...)

b/ ce signe est identique ou similaire à la marque de l'Union européenne et est utilisé pour des produits ou services identiques ou similaires aux produits ou services pour lesquels la marque de l'Union européenne est enregistrée, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ; le risque de confusion comprend le risque d'association entre le signe et la marque », et il y a lieu plus particulièrement de rechercher si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les produits désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné.

En l'occurrence, le signe litigieux est utilisé pour désigner des produits identiques, à savoir du vin.

Par ailleurs, l'appréciation de la similitude visuelle, auditive et conceptuelle des signes doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants et, en l'occurrence, il convient de comparer successivement deux marques semi-figuratives constituées d'une représentation stylisée d'un lever de soleil, matérialisée par un arc de cercle sur une ligne horizontale ou quasi-horizontale et la représentation des rayons, complétée par la mention « L'Aurore » calligraphiée en lettres d'imprimerie, sur une ligne droite ou légèrement courbée, avec pour l'une la mention « depuis 1926 » en lettres anglaises inclinées.

- marque n° 003 106 705

La demanderesse soutient que l'élément verbal « L'Aurore » du signe lui appartenant est dominant et qu'il est intégralement reproduit.

S'il est vrai qu'en principe est reconnu dominant dans un signe complexe, l'élément verbal, car susceptible d'être prononcé et facilement mémorisé, à la différence de l'élément figuratif parfois abstrait, qui ne se prononce pas et qui doit être décrit, de sorte que sa perception et sa mémorisation sont reléguées au second plan, cette affirmation en l'occurrence n'est pas vérifiée.

En effet, le signe complexe invoqué est composé comme précédemment indiqué, d'un terme verbal, aisément appréhendé par tout un chacun, comme un moment particulier de la journée en lien avec le cycle du soleil et de la représentation stylisée et enfantine d'un lever de soleil, également commune (un arc de cercle à l'horizontal et des traits en arc de cercle symbolisant les rayons du soleil) également aisément appréhendée par tous, sorte qu'il ne peut être considéré en l'espèce comme le soutient la demanderesse, que l'élément figuratif de la marque est secondaire, quand bien même, la représentation est erronée, puisque l'aurore est le moment où le soleil est absent et qui précède immédiatement le lever du soleil, car cette erreur est sans incidence sur cette appréciation.

Ainsi, l'un des éléments dominants de la marque invoquée à savoir le lever de soleil n'est pas reproduit.

De plus, il ne peut être extrait artificiellement, de la locution verbale opposée, le seul terme « L'Aurore », quand bien même celui-ci est présenté seul sur une ligne et en lettres dorées.

Les termes « L'aurore en Gascogne » utilisées par la défenderesse pour désigner une gamme de vins ne sont pas en outre utilisés à titre de marque, celle-ci étant constituée pour les produits de la défenderesse, par la reproduction de la signature de Bernard Magrez, qui a une fonction d'indication de l'origine des produits et de leur qualité, nonobstant la présentation différente d'autres produits commercialisés par la société BMGVS (lesquels ne comportent pas cette signature). Cette perception est accentuée par l'ajout de la locution « la douceur des vignes », pour le vin moelleux.

Enfin, la locution litigieuse est insérée dans une composition particulière comprenant la photographie de vignes dans un paysage rural brumeux au petit matin.

Ainsi, tant visuellement que conceptuellement, les représentations de la marque et de l'étiquette sur laquelle se trouve la mention litigieuse, diffèrent de manière certaine, de sorte que le risque de confusion n'est pas caractérisé.

La contrefaçon de la marque n° 003 106 705 n'est pas établie.

- marque n° 013 574 793

Il en est de même pour la marque déposée fin 2014, qui diffère de la première par l'adjonction de la mention « depuis 1926 » et par l'agencement de ses éléments (inscription verbale en arc de cercle, au-dessus des rayons, et non à l'horizontale en partie inférieure).

La contrefaçon n'est pas plus caractérisée pour les mêmes motifs.

La SCV de Lugny L'Aurore sera déboutée de ses réclamations à ce titre et des prétentions qui y sont accessoires » ;

1°/ ALORS QUE l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des signes en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants ; que le degré de similitude entre les signes s'apprécie par les ressemblances et non par les différences, en prenant en considération le fait que le consommateur d'attention moyenne n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques mais doit se fier à l'image imparfaite qu'il a gardée en mémoire ; qu'en retenant en l'espèce, après avoir procédé à la description des deux marques antérieures semi-figuratives composées, s'agissant de leur partie verbale, des termes « L'AURORE », ainsi qu'à celle étiquettes collées sur des bouteilles de vin au sein desquelles était incriminée la présence des termes « L'Aurore en Gascogne », que visuellement « si le signe second comprend dans sa partie verbale le terme « L'AURORE », il diffère totalement des marques premières pour le surplus », que « phonétiquement, si les deux signes se prononcent en attaque « L'Aurore [?] », le signe second se poursuit à tout le moins par « en Gascogne », formant un ensemble, de par la conjonction « en », qui ne peut être séparé », que « conceptuellement, les signes en présence n'ont pas la même signification, que les premiers, ainsi qu'il a été dit harmonieux par leur combinaison de partie verbale et figurative, dont l'une n'est pas dominante par rapport à l'autre, évoquent indivisiblement un lever de soleil lumineux, que les seconds insistent plus fortement sur des paysages de vignes en Gascogne à l'heure où le soleil ne s'est pas encore levé », la cour d'appel, qui ne s'est ainsi attachée qu'aux différences existant entre les signes et non à leur ressemblance tenant à la présence commune au sein de ceux-ci des termes « L'aurore », a méconnu le principe d'appréciation globale du risque de confusion, en violation de l'article 9 du règlement (CE) n° 207/2009 du 26 février 2009, tel que modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du 16 décembre 2015 abrogé à compter du 1er octobre 2017 par le règlement (UE) 2017/1001 du 14 juin 2017 qui le codifie, de l'article 9 de ce dernier règlement et de l'article L. 717-1 du Code de la propriété intellectuelle ;

2°/ ALORS QU'en statuant ainsi, sans apprécier, comme elle y était pourtant invitée (cf. conclusions de l'exposante § 2.1.2.1. d) (ii)), le caractère distinctif ou dominant des termes « L'Aurore » dans l'impression d'ensemble suscitée par les signes incriminés, la cour d'appel a encore méconnu le principe d'appréciation globale du risque de confusion, en violation de l'article 9 du règlement (CE) n° 207/2009 du 26 février 2009, tel que modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du 16 décembre 2015 abrogé à compter du 1er octobre 2017 par le règlement (UE) 2017/1001 du 14 juin 2017 qui le

codifie, de l'article 9 de ce dernier règlement et de l'article L. 717-1 du Code de la propriété intellectuelle ;

3°/ ALORS QUE dans ses conclusions d'appel, l'exposante invoquait l'importance particulière reconnue dans le domaine du vin à l'élément verbal dès lors que les consommateurs désignent et reconnaissent les vins « habituellement sur la base de l'élément verbal qui les identifie, en particulier dans les bars ou les restaurants, où les vins sont commandés oralement après que leur nom ait été lu sur la carte » (cf. conclusions § 2.1.1.1. c) et 2.1.2.1. d) (i)) ; qu'en retenant que dans les marques premières que l'élément figuratif était tout aussi dominant que l'élément verbal, sans se référer dans son appréciation de l'impression d'ensemble desdites marques, comme elle y était ainsi invitée, à la perception qu'en aurait le public pertinent au regard des produits en cause, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 9 du règlement (CE) n° 207/2009 du 26 février 2009, tel que modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du 16 décembre 2015 abrogé à compter du 1er octobre 2017 par le règlement (UE) 2017/1001 du 14 juin 2017 qui le codifie, de l'article 9 de ce dernier règlement et de l'article L. 717-1 du Code de la propriété intellectuelle ;

4°/ ALORS QU'un signe est utilisé à titre de marque lorsqu'il permet d'identifier les produits ou services comme provenant d'une entreprise déterminée ; que tel n'est pas le cas d'un signe utilisé à des fins descriptives ou exclusivement décoratives qui ne permettent pas aux consommateurs de l'interpréter comme désignant la provenance de produits ou de services ; que la présence au sein ou aux côtés du signe imitant incriminé d'un élément susceptible d'assurer une fonction d'origine n'est pas en soi de nature à exclure que d'autres éléments puissent à ses côtés remplir également cette fonction ; qu'en retenant en l'espèce que les termes « L'Aurore en Gascogne » utilisés au sein des signes incriminés par la société défenderesse pour « désigner une gamme de vins, ne sont pas [?] utilisés à titre de marque, celle-ci étant constituée [?] par la signature de Bernard Magrez, qui a une fonction d'indication de l'origine des produits et de leur qualité » et que « cette perception est accentuée par l'ajout de la locution « la douceur des vignes » pour le vin moelleux », sans indiquer en quoi l'usage au sein des signes incriminés des termes « L'Aurore en Gascogne » pour désigner une gamme de vins serait effectué à des fins descriptives ou exclusivement décoratives et ne permettrait pas au consommateur de l'interpréter comme désignant l'origine des produits pour lesquels ils étaient utilisés, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 9 du règlement (CE) n° 207/2009 du 26 février 2009, tel que modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du 16 décembre 2015 abrogé à compter du 1er octobre 2017 par le règlement (UE) 2017/1001 du 14 juin 2017 qui le codifie, de l'article 9 de ce dernier règlement et de l'article L. 717-1 du Code de la propriété intellectuelle.

## SECOND MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt d'avoir, confirmant le jugement du 30 juin 2017 rendu par le tribunal de grande instance de Paris, débouté la SCV L'Aurore de ses prétentions au titre de la concurrence déloyale ;

AUX MOTIFS PROPRES QUE « II - Sur les faits de parasitisme et de concurrence déloyale

Que pour demander l'infirmité du jugement qui l'a déboutée de ces chefs, la SCV DE LUGNY « L'AURORE » soutient, sur le parasitisme, que la société BERNARD MAGREZ GRANDS VIGNOBLES DU SUD a créé un effet de gamme par la déclinaison en plusieurs bouteilles imitant les marques « L'AURORE », et sur la concurrence déloyale, qu'elle a usurpé son nom commercial et sa dénomination sociale comportant le terme « L'AURORE » et a imité les vins qu'elle commercialise ;

Que la société BERNARD MAGREZ GRANDS VIGNOBLES DU SUD demande la confirmation du jugement ;

Ceci étant exposé, qu'alors que les arguments développés par la partie appelante sont les mêmes qu'en première instance, que c'est par de justes motifs que la cour fait siens que la cour (sic) l'a déboutée de ses demandes ;

Qu'il sera ajouté, concernant l'effet de gamme, qu'alors que les bouteilles de vin en question sont les mêmes que celles examinées pour la contrefaçon, aucun parasitisme ne peut résulter de la commercialisation de ces produits dont la cour a noté ci-dessus la faible similarité des signes ; qu'il en est de même concernant l'usurpation du même terme "L'AURORE" cette fois au titre du nom commercial ou de la dénomination sociale ; qu'enfin, au stade de l'exploitation, le risque de confusion entre les produits est d'autant moins élevé que le consommateur moyennement attentif saura distinguer les vins de Bourgogne commercialisés par l'appelante de ceux de Gascogne qui le sont par la partie intimée » ;

ET AUX MOTIFS ADOPTES QUE « Sur la concurrence déloyale (gamme de produit, dénomination sociale et nom commercial) La SCV de Lugny L'Aurore estime que la commercialisation sous forme de gamme déclinée selon deux produits (L'aurore en Gascogne et L'Aurore en Gascogne-la douceur des vignes), en adoptant le même vocabulaire et des lettres dorées, est constitutive de concurrence déloyale alors qu'elle-même offre plusieurs produits sous la dénomination L'Aurore.

Il est également porté atteinte à ses noms commerciaux et à sa dénomination sociale, de sorte que le préjudice en résultant doit être indemnisé, à hauteur de la somme de 50 000 euros.

La défenderesse conclut au rejet de ces prétentions, indiquant n'avoir jamais présenté les produits sous la seule dénomination L'Aurore, n'avoir jamais réalisé de copies serviles, ni reproduit un effet de gamme.

Elle conteste également avoir porté atteinte au nom commercial ou à la dénomination sociale de la demanderesse.

Sur ce,  
Sont sanctionnés au titre de la concurrence déloyale, sur le fondement de l'article 1240 du code civil, les comportements distincts de ceux invoqués au titre de la contrefaçon, fautifs car contraires aux usages dans la vie des affaires, tels que ceux visant à créer un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, ou ceux, parasitaires, qui tirent profit sans bourse délier d'une valeur économique d'autrui procurant à leur auteur, un avantage concurrentiel injustifié, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et, d'investissements.

En l'occurrence, à défaut de justifier du détournement d'investissements qu'elle aurait réalisés, les demandes au titre du parasitisme ne peuvent prospérer.

Il ne peut en outre être reproché à la défenderesse de commercialiser simultanément un vin blanc sec et un vin blanc moelleux, ce qui est une pratique parfaitement banale et courante en matière de vins, tout comme la demanderesse ne peut invoquer son propre « effet de gamme », dès lors qu'elle commercialise différents vins, issus de différents cépages, commercialisés par la même entité, regroupant différentes exploitations de la région bourgogne et déclinés (vins blancs, vins rouges...).

La dénomination sociale et le nom commercial sont susceptibles d'être protégés sur le fondement de l'article 1240 du code civil.

Toutefois, il n'est pas établi que la demanderesse utilise le terme « L'Aurore » pour désigner à l'instar de ses produits, son entreprise ou son activité et qu'elle soit connue et identifiée par sa clientèle sous ce seul vocable, qui serait indûment repris par son adversaire, alors que la demanderesse exploite en réalité son activité et communique sous le nom de « Cave de Lugny L'Aurore » ou « Cave de Lugny » et non pas sous le seul terme « L'Aurore » (pièces défenderesse n°12 à 17). Elle ne peut donc invoquer à ce titre une usurpation et une atteinte à ces signes distinctifs » ;

1°/ ALORS QUE le rejet des demandes en concurrence déloyale présentées par la société exposante étant ainsi fondées sur le constat par la Cour d'appel au titre de la contrefaçon « de la faible similarité des signes », la cassation à intervenir sur le premier moyen entraînera, par voie de conséquence, la cassation du chef de l'arrêt rejetant les demandes en concurrence déloyale de l'exposante et ce, par application de l'article 624 du code de procédure civile ;

2°/ ALORS QU'en retenant par motifs adoptés des premiers juges qu'« il n'est pas établi que la demanderesse utilise le terme « L'Aurore » pour désigner, à l'instar de ses produits, son entreprise ou son activité », exploitant en réalité son activité et communiquant sous le nom de « Cave de Lugny L'Aurore » ou « Cave de Lugny », sans répondre aux conclusions d'appel de l'exposante faisant valoir, pièces à l'appui, exploiter les noms commerciaux « CAVE DE L'AURORE ? L'AURORE ? SCV LUGNY L'AURORE ? SCV L'AURORE » (cf. conclusions § 2.2.2.2), la cour d'appel a violé l'article 455 du Code de procédure civile.