



4 rue Paul Mesplé  
31100 Toulouse  
Tel : 05-34-52-95-87  
Fax : 05-62-87-93-82

## **BREVE NOVEMBRE DECEMBRE 2009**

### **CHAMPAGNE !**

#### **LE CHAMPAGNE, UNE APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE, DE GRANDE NOTORIETE**

Nous savons que depuis une loi de 1990, les Appellations d'Origine Contrôlée se définissent en partie par leur notoriété. Or, s'il est une A.O.C. dont la notoriété ne peut faire de doute, c'est bien le précieux breuvage qu'est le Champagne.

Cette notoriété est telle qu'elle empêche, au titre de la jurisprudence sur le parasitisme, toute appropriation du nom « Champagne » pour tout produit ne bénéficiant pas de l'A.O.C. « Champagne », y compris les produits n'ayant aucun lien avec cette boisson. Cette interdiction touche même des produits qui pourraient porter un nom contenant le terme « Champagne » alors que ce dernier indique le lieu de leur fabrication.

C'est en effet ce qu'ont affirmé les tribunaux à différentes reprises.

Ainsi, et ce même avant la loi du 2 juillet 1990 (article L-643-1 code Rural), le Tribunal de Grande Instance de Paris avait jugé le 5 mars 1984 que l'usage d'une marque incluant le vocable CHAMPAGNE pour désigner des tabacs manufacturés constituait une faute consistant à affaiblir le renom et le pouvoir attractif de l'appellation Champagne.

Cette jurisprudence ne s'est jamais démentie jusqu'à ce jour.

En effet, la loi du 2 juillet 1990 est venue consacrer cette tendance jurisprudentielle en interdisant l'utilisation de l'appellation elle-même ou d'un signe qui l'évoque pour des produits et services si cette « utilisation est susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation ».

Aussi, en application de cette loi, les juges ont ordonné la radiation de la marque « Champagne » pour un parfum (CA Paris 15 décembre 1993).

Une autre jurisprudence a consacré le principe de la protection de l'AOC Champagne bien au-delà du principe de spécialité, et ce, alors même que l'usage de la marque interdite ait été bien antérieur à la loi de 1990.

Il s'agit des marques « Bain de champagne » et « Royal bain de Champagne ». Ces marques avaient été déposées respectivement en 1923 et 1943. Malgré le long usage de ces marques, la Cour de Cassation a affirmé que les parfums Caron, déposant des deux marques, avait été coupable d'actes de parasitisme dans la mesure où l'A.O.C. Champagne était suffisamment connue au moment des dépôts pour que le déposant ait voulu en tirer profit.

Enfin, une décision du 9 avril 2008 (TGI Paris) a interdit l'utilisation de la dénomination « Champagne » pour des biscuits, rejetant ainsi l'exception d'homonymie soulevée par le déposant. En effet, ces gâteaux provenaient d'une commune Suisse du canton de Vaud, dénommée ... Champagne !

### **LE CHAMPAGNE, CE N'EST PAS POUR LES PETITS**

Toutefois, si cette jurisprudence constante s'applique bien à toute utilisation non autorisée du terme Champagne, elle ne s'est pas appliquée au Champomy®, boisson pétillante qui accompagne nombre de fêtes enfantines.

La Cour de Cassation a jugé que la marque Champomy® ainsi que l'univers qui était associé ne créait aucun risque ; même d'une simple association, d'affaiblissement de la distinctivité attachée à l'appellation champagne, et même en présence de la reprise d'éléments caractéristiques des produits commercialisés sous cette appellation.

### **QU'IMPORTE LE FLACON ....**

Peut être avez-vous déjà remarqué cette liste impressionnante des noms de flacons selon leur contenance, du huitième (9,4 cl) au .... Primat (27 litres) en ne citant que le Mathusalem, le Balthazar, le Nabuchodonosor.

Si la plupart des noms issus de la Bible ou de l'histoire du Moyen Orient sont dans le domaine public, certains noms (Salomon, Souverain et Primat) ont été donnés par certains producteurs eux-mêmes.

Par exemple la maison Taittinger a créé une contenance équivalent à 35 bouteilles (26,25 litres) qu'elle a nommé « Souverain ».