

BGE 84 IV 80

Bundesgericht (BGE), 1958-01-01, FR

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_BGE_84_IV_80

FR: ATF 84 IV 80

IT: DTF 84 IV 80

Regeste

Regeste Art. 336 LMV. Die Bezeichnung "CHATEAUVIEUX" ist unzulässig für einen Wein, der weder von einem Ort noch aus einem Gut stammt, die diesen Namen tragen.

Regeste Art. 336 ODA. Caractère illicite de la désignation "CHATEAU-VIEUX" pour un vin ne provenant pas d'un lieu ou d'un domaine portant ce nom.

Regesto Art. 336 ODerr. Illiceità della denominazione "CHATEAUVIEUX" applicata a un vino non proveniente né da una località né da un vigneto che portano questo nome.

Erwägungen

E. 1

L'art. 15 al. 1 ODA prescrit que les dénominations, indications, vignettes, emballages etc. doivent exclure toute tromperie quant à la nature, à l'origine, à la quantité ou au poids des denrées alimentaires. Formuland la même règle de façon différente, l'art. 15 al. 2 ODA interdit l'emploi des signes, vignettes ou marques propres à tromper autrui. Il précise que l'interdiction touche aussi les noms de fantaisie, même enregistrés comme marque. L'art. 336 ODA applique ces principes au commerce des vins. Selon son premier alinéa, les indications de provenance, d'origine, de cépage ou autres "doivent être conformes à la réalité et exclure toute possibilité de confusion". Quant au deuxième alinéa, il prescrit que des noms de fantaisie, des marques verbales, de même que "Des vignettes de caractère régional ou local ne peuvent être employés que pour des vins qui, conformément au premier alinéa, peuvent porter une indication relative à leur origine ou au cépage et qui la portent effectivement". Il ne prévoit pas expressément que les noms de fantaisie, etc., qu'il vise, doivent exclure toute confusion. Mais cela n'était pas nécessaire; la prescription reste subordonnée à la règle générale de l'art. 15 al. 1, qui formule une telle exigence. Aussi bien, ayant prohibé, à l'art. 336 al. 1, toutes mentions trompeuses au sujet de la provenance, de l'origine ou du cépage des vins, le législateur n'avait aucune raison de se montrer moins rigoureux pour les signes distinctifs qu'il énumère à l'art. 336 al. 2.

E. 2

L'étiquette dont il s'agit combine le mot "CHA-TEAUVIEUX" avec des éléments figuratifs sous la forme d'un château qui domine une vigne. Provins a manifesté l'intention de modifier cette image, mais de conserver l'élément BGE 84 IV 80 S. 82 verbal, que la juridiction cantonale trouve admissible. Elle estime que ce mot constitue une appellation de fantaisie. Il n'est cependant pas nécessaire de trancher cette question en l'espèce. Qu'il s'agisse d'une indication d'origine (art. 336 al. 1 ODA) ou d'un nom de fantaisie (art. 336 al. 2 ODA), dans l'un comme dans l'autre cas, on l'a montré, toute possibilité de confusion doit être exclue. Or le mot "château" évoque l'idée d'un bâtiment, c'est-à-dire d'un lieu. Il se retrouve dans le nom de nombreuses localités. La désignation "CHATEAUVIEUX" fait

nécessairement penser à un château existant dans un lieu donné, à un nom du cadastre ou à une localité. En tant qu'elle désigne un vin, elle suggère qu'il s'agit du produit de vignes sises à Châteauevieux, soit d'un cru spécial, d'autant plus que le terme château se retrouve dans un grand nombre de dénominations désignant des crus. Or il est constant que le vin vendu sous la désignation "CHATEAU-VIEUX" ne provient pas d'un domaine de ce nom. La marque prête donc à confusion et se heurte aux prescriptions de l'ordonnance réglant le commerce des denrées alimentaires. Le Tribunal fédéral a du reste déjà jugé que les dénominations "Château-Brillant" et "Clos des Rayons" ne sont pas admissibles dès lors qu'elles ne se rapportent pas à un lieu topographiquement défini, dont proviendrait le vin qu'elles désignent (arrêts Mühlematter du 19 février 1938, consid. 2, et Sartoretti, du 16 mars 1950, non publiés). Peu importe que le recourant ait écrit sa marque en un seul mot ("CHATEAUVIEUX" au lieu de "CHATEAU-VIEUX"). Elle n'en suggère pas moins l'idée d'un cru bien localisé. Peu importe, de même, qu'il n'ait pas mis d'accent circonflexe sur l'a de CHATEAU. Ce n'est pas l'usage de mettre des accents sur des lettres capitales.

E. 3

La désignation "CHATEAUVIEUX" est d'autant moins admissible en l'espèce qu'elle se combine avec l'image d'un château et d'une vigne, ce qui doit nécessairement renforcer le consommateur dans l'idée que le vin est BGE 84 IV 80 S. 83 le produit d'un domaine appartenant au château représenté. Peu importe que le château soit imaginaire, comme le constate l'autorité cantonale. Cela n'est pas reconnaissable pour tous les acheteurs.

E. 4

La capsule qui décore les bouteilles de vin de "CHATEAUVIEUX", bien qu'elle porte l'inscription "Concours de capsule dorée", ne supprime pas toute possibilité de confusion. Tout acheteur ne sait pas nécessairement que la capsule caractérise des produits sélectionnés de vendanges récoltées dans différentes localités. De plus, s'il commande la bouteille dans un restaurant, il n'apercevra pas toujours la capsule, qui peut être arrachée ou déchirée par l'enlèvement du bouchon. En tout cas, il s'intéressera moins à la capsule qu'à l'étiquette.

E. 5

L'enregistrement de la marque "CHATEAU-VIEUX" ne prouve nullement qu'elle soit conforme aux prescriptions touchant les denrées alimentaires. Sans doute le Bureau fédéral de la propriété intellectuelle doit-il refuser l'inscription des marques contraires à la législation fédérale et de celles qui contiennent "une indication de provenance évidemment fausse" (art. 14 al. 1 ch. 2 et 4 LMF). Mais il n'est pas tenu à une vérification approfondie (arrêt Mühlematter, précité). De plus, l'enregistrement n'a qu'un effet déclaratif; il ne crée pas le droit à la marque (RO 31 II 321). C'est pourquoi l'art. 15 al. 2 ODA interdit expressément toutes les indications trompeuses, fussent-elles enregistrées comme marques.

Dispositiv

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.