

VS_GERICHTE A1 12 182 vom 22. März 2013

VS Kantonsgericht, 2013-03-22, FR

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/vs_gerichte_A1 12 182](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/vs_gerichte_A1_12_182)

FR: VS_GERICHTE A1 12 182 du 22 mars 2013

IT: VS_GERICHTE A1 12 182 del 22 marzo 2013

Regeste

60 RVJ / ZWR 2014 Santé publique Gesundheitswesen ATC (Cour de droit public) du 22 mars 2013 – A1 12 182 Etiquette de bouteille de vin - Rapport entre les législations en matière de marque et de denrées alimentaires (consid. 2.1). - Interdiction de tromperie : notion d'indications et de présentations trompeuses (art. 18 al. 3 LDAI ; consid. 3.1). - Dénominations trompeuses et de fantaisie (consid. 3.3). - Risque de tromperie d'autant plus grand que le droit valaisan réglemente précisément les dénominations (art. 59 ss OVV ; consid. 4) Weinetikette - Verhältnis zwischen der Gesetzgebung im Bereich des Markenrechts und jenem der Lebensmittelgesetzgebung (E. 2.1). - Täuschungsverbot : Begriff täuschender Angaben und Aufmachungen(Art. 18 Abs. 3 LMG; E. 3.1). - Täuschende Sachbezeichnungen und Fantasiebezeichnungen (E. 3.3) - Die Täuschungsgefahr ist umso grösser, als die Walliser Gesetzgebung die Bezeichnungen genauestens regelt (Art. 59 ff. der Verordnung über den Rebbau und den Wein; E. 4).

Erwägungen

E. 1

Le recours est recevable (art. 14 de la loi concernant l'application de la loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels du 21 mai 1996 – LALDAI ; RS/VS 817.1 et art. 80 al. 1 let. a et c, 44 al. 1 let. a et 48 de la loi du 6 octobre 1976 sur la procédure et la juridiction administratives – LPJA ; RS/VS 172.6 ; cf. cependant, s'agissant du délai, ATF 127 II 91 consid. 1 et la référence ainsi que RB 2003 Nr. 7 p. 49 ss). 2.1 La loi fédérale du 9 octobre 1992 sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAI ; RS 817.0) a notamment pour but de protéger les consommateurs contre les tromperies relatives aux denrées alimentaires (art. 1 let. c), telles les indications et les présentations propres à susciter chez le consommateur de fausses idées sur la provenance de ces denrées (art. 18 al. 2 et 3). Or, c'est précisément au vu d'un tel risque que le SCAV a prononcé une contestation au sens de l'article 27 LDAI. L'affaire s'inscrit donc bien dans le cadre de cette législation dont le Tribunal fédéral a confirmé l'applicabilité aux produits viticoles (ATF 135 II 243 consid. 5.3). Les doutes non étayés de la cave, pour qui le litige ressortirait au droit des marques, sont à cet égard infondés. Loi de police visant la défense d'intérêts publics, la LDAI poursuit des buts différents de la loi fédérale du 28 août 1992 sur la protection des marques et des indications de provenance (LPM ; RS 232.11). Il s'ensuit que ces législations peuvent s'appliquer cumulativement et indépendamment l'une de l'autre (S. Holzer, Geschützte Ursprungsbezeichnungen [GUB] und geschützte geographische Angaben [GGA] landwirtschaftlicher Erzeugnisse, p. 220 ; L. Hirt, Der Schutz schweizerischer Herkunftsangaben, p. 108 s.). (...)

E. 3

Au fond, le procès porte sur le point de savoir si, comme l'ont retenu les autorités précédentes, l'étiquette de la recourante viole l'interdiction de tromperie ancrée à l'article 18 LDAI.

E. 3.1

Sont réputées trompeuses les indications et les présentations propres à susciter chez le consommateur de fausses idées sur la provenance de la denrée alimentaire (art. 18 al. 3 LDAI ; cf. ég. art. 10 al. 1 de l'ordonnance du 23 novembre 2005 sur les denrées alimentaires – ODAIOUs ; RS 817.02). C'est notamment le cas lorsqu'une désignation laisse penser à tort que le produit ou ses composants pourraient provenir d'une certaine région (ATF 104 IV 140 consid. 3b). L'appréciation doit être portée au regard du besoin légitime d'information du consommateur moyen qui, en règle générale, ne connaît pas les prescriptions détaillées applicables (ATF 130 II 83 consid. 3.2). Savoir si la présentation d'une denrée alimentaire est trompeuse ne dépend pas seulement de sa désignation, mais de son identité visuelle globale (arrêt du Tribunal fédéral 2C_559/2011 du 20 janvier 2012 consid. 6.2). Point n'est besoin de prouver qu'un certain nombre de consommateurs pourraient être induits en erreur ; il suffit que l'indication soit objectivement propre à tromper (ATF 124 II 398 consid. 3b). Cependant, la seule possibilité que le consommateur appréhende faussement le produit ou sa désignation n'est pas suffisante (arrêt 2C_559/2011 précité consid. 6.2 ; cf. ég. message du Conseil fédéral in : FF 1989 I p. 889).

E. 3.2

Le nom « Cervino » comporte, en soi, une référence géographique. Avec raison, la recourante ne conteste pas cette évidence que le SCAV s'est appliquée à étayer en se référant aux images associées à ce terme sur internet ainsi qu'au contenu du site www.cervino.it. Le sommet italo-suisse appelé « Matterhorn » en allemand, « Cervin » en français, se nomme « monte Cervino » en italien. La composante géographique de la dénomination litigieuse est d'autant plus manifeste que l'étiquette épinglée par le SCAV reproduit la montagne en question, mondialement connue.

E. 3.3

La cave réfute le caractère trompeur de la dénomination « Cervino », arguant qu'elle serait de fantaisie.

E. 3.3.1

La protection qu'offre l'article 18 LDAI en matière d'indication de provenance se recoupe avec celle résultant de l'interdiction de tromperie statuée en la matière par l'article 47 LPM (L. Hirt, op. cit., p. 106). Dans le cadre de cette dernière disposition, il y a risque de tromperie dès qu'une marque évoque, chez le consommateur, un endroit qui ne correspond pas au lieu d'origine ou de fabrication du produit ou des composants déterminant ses qualités (K. Troller, Précis du droit suisse des biens immatériels, 2e éd., p. 124). Ce risque peut être d'emblée écarté si la dénomination en cause est de fantaisie (ATF 128 III 454 consid. 2.2 ; L. Hirt, op. cit., p. 35). Sont considérés de fantaisie les noms géographiques qui n'évoquent pas chez le

RVJ / ZWR 2014 63 consommateur l'idée que la marchandise vient de l'endroit dont elle porte le nom, cette idée étant aberrante (K. Troller, op. cit., p. 125 ; E. Marbach, SIWR III/1, n° 400). Tel est le cas de bananes ou de café « Matterhorn » (L. Hirt, op. cit., p. 34 s.)

ou de plumes à réservoir « Mont Cervin » (K. Troller, Manuel du droit suisse des biens immobiliers, T. I, 2e éd., p. 235). Associée à du vin, cette dénomination fait par contre référence au Valais (L. Hirt, op. cit., p. 34 s.) ; elle a donc une signification géographique. En matière de boissons, la provenance géographique du produit revêt en effet une importance particulière. S'agissant d'une bière de marque « Alaska », il a été jugé que le public aura majoritairement tendance à considérer qu'il s'agit là d'une indication de provenance (cf. E. Marbach, op. cit., note de bas de page 534 ad n° 403 citant l'arrêt du Tribunal fédéral 4A.5/1994 du 2 août 1994 consid. 3 in : FDBM 1994 I p. 76 ; cf. ég. ATF 135 III 416 consid. 2.6.2 reprenant cet exemple).

E. 3.3.2

Sur cet arrière-plan, la dénomination « Cervino » ne peut être qualifiée comme étant de fantaisie. C'est un fait d'expérience que la désignation géographique éveille chez le consommateur l'idée que le produit concerné provient de l'endroit désigné (cf. ATF 97 I 79 consid. 1 ; F. Gloor, Die Beurteilung der Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft auf der Grundlage eines Erfahrungssatzes - Bemerkungen einer Mitarbeiterin des IGE zur Rechtsprechung des Bundesgerichts in : sic! 2011 p. 4 ss). Comme l'a justement relevé l'autorité précédente, si le consommateur moyen peut savoir qu'aucune vigne n'est plantée sur le Cervin même, il risque néanmoins de s'imaginer trouver du vignoble au pied de ce sommet ou dans ses alentours. Ainsi pourrait-il croire, à tort, que l'assemblage produit par la recourante provient de vignes plantées dans la région du Matterhorn. A cet égard, on ne saurait considérer que, dans l'esprit du public, « Cervino » ne ferait qu'évoquer le sommet comme tel, à l'exclusion de sa région (cf. pour le signe Gotthard : arrêt du Tribunal fédéral 4A.324/2009 du 8 octobre 2009 consid. 4 et 5.1). Preuve en est le site internet www.cervino.it signalé par les instances précédentes. L'étiquette litigieuse, qui combine une représentation du Cervin et porte la dénomination « Cervino », renforce le consommateur dans l'idée que le vin « Cervino » est un produit issu de domaines situés dans cette célèbre région du Valais. Dans les circonstances propres au cas d'espèce, ce nom n'a donc aucune valeur de fantaisie ou de symbole qui exclurait, d'emblée, une indication de provenance. La cave s'en défend vainement en soutenant que tout un chacun sait

64 RVJ / ZWR 2014 que la vigne est, en Valais, cultivée à une altitude variant entre 450 et 800 mètres. A supposer que le consommateur moyen ait cette connaissance-là, ce qui est douteux, il faudrait encore, pour écarter tout risque de tromperie, que la localisation des vignobles valaisans lui soit connue tout autant que la topographie de ce canton et de ses vallées, ce dont on ne peut raisonnablement présumer. Il s'ensuit que le Conseil d'Etat a confirmé à bon droit un risque de tromperie, dont il n'y a pas lieu de nier l'existence du fait qu'à la marque Valais est associé l'emblème du Cervin. (...)

E. 4

Le risque de tromperie dénoncé par le SCAV se justifie d'autant plus que le droit valaisan régleme précisément les dénominations (art. 59 ss de l'ordonnance cantonale sur la vigne et le vin du 17 mars 2004 – OVV ; RS/VS 916.142). L'article 60 alinéa 3 prescrit ainsi que les vins d'assemblage doivent être commercialisés sous une appellation de fantaisie avec la dénomination géographique, tandis que les articles 63 ss OVV énoncent les conditions auxquelles les vins peuvent revêtir une dénomination de commune, de région, celle de « clos », de « Château », de « Domaine », une dénomination cadastrale ou encore d'un lieu-dit. Or, comme l'ont relevé les autorités précédentes, l'article 10 alinéa 2 lettre f

ODAIOUs interdit les indications ou les présentations de toute nature pouvant prêter à confusion avec des désignations protégées par une législation cantonale analogue à celle de l'ordonnance du 28 mai 1997 sur les AOP et les IGP (RS 910.12), telle l'OVV. Comme le soulignait à juste titre le SCAV dans ses observations du 26 juillet 2011, cette réglementation cantonale pourrait ainsi amener le consommateur à penser qu'il existerait une zone au pied de la région du Cervin méritant l'appellation « Cervino », ce qui n'est pas le cas.

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