

poursuivi en contrefaçon d'une marque, il agit en annulation de celle-ci. Or, comme le relevait la cour d'appel, la société Simizy n'était pas poursuivie en contrefaçon des marques françaises de la société MHCS visées. De plus, la société Simizy ne justifiait pas d'une entrave à l'exercice licite de son activité économique du fait des dépôts de marques françaises dont l'annulation était sollicitée, dans la mesure où elle ne se prévalait d'aucune atteinte à des droits antérieurs sur les signes déposés. Dès lors, c'est à bon droit que la cour d'appel en avait déduit que la société Simizy devait, faute d'intérêt légitime à agir, être déclarée irrecevable en sa demande d'annulation des marques françaises incriminées.

[Retour au sommaire](#)

La raie du Morbier a la même valeur que la dénomination Morbier : inutile d'en faire tout un fromage !

Cour d'appel de Paris, pôle 5, chambre 2, 18 novembre 2022, RG n°21/16539

Christian KPOLO

Docteur en droit – Chercheur Associé – Université de Lorraine

À la suite d'un long feuilleton judiciaire dont les faits et la procédure ne seront pas relatés¹, la cour d'appel de Paris s'est prononcée sur la question de savoir si le trait bleu horizontal du fromage Morbier constitue une caractéristique de référence et s'il s'agit d'un élément particulièrement distinctif de l'appellation d'origine protégée (AOP) Morbier.

La cour d'appel a jugé que la caractéristique distinctive du fromage Morbier qu'est la raie centrale de couleur sombre alliée à la reprise de l'ensemble des caractéristiques de forme et

d'apparence de cette AOP constitue l'évocation de la dénomination Morbier en ce que le consommateur en présence du fromage litigieux, dénommé Montboissié, fabriqué par la défenderesse à la saisine, est amené à avoir à l'esprit le fromage d'appellation d'origine protégée Morbier, comme image de référence.

Il est intéressant de relever que la juridiction utilise plusieurs éléments propres au système de protection des signes distinctifs pour justifier sa décision. D'abord, elle prend le contre-pied de la formation de la cour d'appel de Paris précédemment saisie par les parties (CA Paris, 16 juin 2017). Elle retient l'argument selon lequel une AOP n'est pas protégée uniquement contre l'utilisation par un tiers de la dénomination enregistrée, mais aussi contre la reproduction de la forme ou de l'apparence caractérisant le produit couvert par la dénomination enregistrée, lorsque cette reproduction est susceptible d'amener le consommateur à croire que le produit en cause est couvert par l'AOP.

En l'espèce, la cour d'appel a suivi les explications du demandeur à la saisine (le Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier) qui précise que la raie du fromage AOP Morbier ne constitue qu'une caractéristique purement ornementale. De ce fait, il est inutile de rechercher si le fromage litigieux Montboissié suit le même processus de fabrication que le fromage d'appellation d'origine Morbier.

Ensuite, et pour établir objectivement la matérialité de la caractéristique distinctive de la raie du fromage Morbier, la cour d'appel analyse la perception de la forme et de l'apparence du produit en cause par le *public pertinent*. En se fondant sur plusieurs sondages réalisés par les

¹ Cass. 14 avr. 2021, pourvoi n° 17-25.822 ; CJUE, 17 décembre 2020, aff. C-490/19 ; Cass. 19 juin 2019, pourvoi n° 17-25.822 ; CA Paris, pôle

5-2, 16 juin 2017, RG n°16/11371 ; TGI Paris, 3^{ème} ch. 4^{ème} sect. 14 avril 2016, RG n°13/13650.

parties, la cour d'appel observe que la moitié des consommateurs européens identifiés rattache la raie centrale de couleur foncée du fromage qui leur a été présenté à l'AOP Morbier. La combinaison de ces facteurs pertinents est donc susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit.

Sur la base de ces éléments, la cour d'appel a jugé que l'atteinte à l'appellation d'origine Morbier est caractérisée. Par ailleurs, la cour fait interdiction à la défenderesse à la saisine (la société Fromagère du Livradois) de fabriquer et d'offrir à la vente un fromage reproduisant la raie sombre centrale et horizontale, quand bien même la dénomination « Morbier » n'apparaîtrait pas sur ledit fromage.

L'intérêt de cette décision réside dans le fait qu'elle (ré)affirme que la caractéristique distinctive d'une AOP a la même valeur que la dénomination protégée.

[Retour au sommaire](#)

Parité : finalement, ce sera sans Elle
Cour d'appel de Paris, pôle 5, chambre 2, 18 novembre 2022, RGn°21/04769

Gabriel de FEYDEAU
Rédacteur en chef de la revue *Propriétés intellectuelles*

Les marques *Jamais sans elles* ne portent pas atteinte à la renommée des marques *Elle*, dont elles ne constituent pas une contrefaçon.

En l'espèce, la célèbre société Hachette, editrice de la non moins célèbre revue *Elle*, est titulaire à

ce titre de deux marques reprenant le nom de la revue : la marque verbale européenne *Elle*¹ et une marque semi-figurative française².

Estimant qu'une image présentant l'identité visuelle de l'association politique #JamaisSansElles (ci-après JSE)³ était de nature à créer un risque de confusion avec le nom du magazine, la société Hachette somme cette association de ne plus utiliser le mot « Elles » de façon indépendante sur une seule ligne, mais toujours, sinon sous sa forme attachée « #JamaisSansElles », du moins accompagnée, sur la même ligne, par le mot « sans ».

Constatant que la seconde version proposée par JSE ne respectait pas cette règle du « jamais “elles” sans “sans” », Hachette a décidé d'assigner en contrefaçon de ses marques l'association qui, classiquement, invoquait à titre reconventionnel la déchéance desdites marques, notamment.

Si le tribunal judiciaire donne raison à la société Hachette en condamnant JSE pour atteinte à la renommée de ses marques et, en gardant intacte sa marque semi-figurative française, l'association obtient tout de même de ne pas être condamnée sur le terrain de la contrefaçon « hors renommée » et une déchéance partielle de la marque verbale européenne *Elle* (pour les services liés à une activité de promotion commerciale).

Avant de se prononcer sur l'atteinte à la renommée de la marque et sur la contrefaçon alléguée en dehors de la renommée, la cour doit

¹ Marque européenne n° 6799886, déposée notamment pour des services d'organisation de manifestations événementielles et de promotion commerciale.

² Marque française n° FR1538354 enregistrée notamment pour l'édition de textes et d'imprimés (journaux, périodiques, livres...) et l'organisation de conférences, forums et colloques

³ JSE se présente comme un « mouvement féministe et humaniste, fondé par des hommes et des femmes, qui agit en faveur de la mixité dans tous les domaines de la société et pour une gouvernance partagée », ce qui, sans éclairer tout à fait le lecteur, lui démontrera du moins le caractère politique de ses activités (source probable de la réticence de la société Hachette) et lui expliquera la présence du signe dièse, devenu une véritable coutume en cette matière...