

СЪД НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ  
TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS  
SOUDNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ  
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL  
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN  
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS  
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ  
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES  
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES  
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH  
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE  
EIROPAS KOPIENU TIESA



EUROPOS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS  
AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA  
IL-QORTI TAL-GUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ  
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN  
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS  
CURTEA DE JUSTIȚIE A COMUNITĂȚILOR EUROPENE  
SÚDNY DVOR EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTEV  
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI  
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN  
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Presse et Information

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE n° 30/07

19 avril 2007

Arrêt de la Cour dans l'affaire C-381/05

*De Landtsheer Emmanuel SA / Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, Veuve Clicquot Ponsardin SA*

### **LA PUBLICITÉ COMPARATIVE ENTRE DES PRODUITS N'AYANT PAS D'APPELLATION D'ORIGINE ET DES PRODUITS BÉNÉFICIANT D'UNE TELLE APPELLATION EST POSSIBLE DANS CERTAINS CAS**

*La référence, dans un message publicitaire, à un type de produits et non à une entreprise ou à un produit déterminés peut être considérée comme constituant une publicité comparative*

La directive 84/450/CEE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative admet, sous certaines conditions, la publicité comparative définie comme «*toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent*».<sup>1</sup>

En l'espèce, la société belge De Landtsheer SA produit et commercialise plusieurs sortes de bière sous la marque Malheur. En 2001, elle a lancé, sous la dénomination «Malheur Brut Réserve», une bière dont le processus d'élaboration est inspiré de la méthode de production du vin mousseux.

De Landtsheer a utilisé, notamment, les mentions «BRUT RÉSERVE», «La première bière BRUT au monde», «Bière blonde à la méthode traditionnelle» et «Reims-France» ainsi qu'une référence aux vignerons de Reims et d'Épernay. Avec l'expression «Champagnebier» De Landtsheer a voulu souligner qu'il s'agissait d'une bière ayant été produite suivant la méthode champenoise. En outre, cette société a vanté l'originalité de la nouvelle bière Malheur en évoquant les caractéristiques du vin mousseux et particulièrement celles du champagne.

Le 8 mai 2002, le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) et Veuve Clicquot Ponsardin SA ont cité De Landtsheer devant le tribunal de commerce de Nivelles (Belgique), aux fins d'interdire, notamment, l'usage des mentions susmentionnées. Une telle utilisation serait non seulement trompeuse, mais serait également constitutive d'une publicité comparative illicite.

<sup>1</sup> L'article 2, point 2 bis de la directive (JO L 250, p. 17), telle que modifiée par la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil, du 6 octobre 1997 (JO L 290, p. 18).

Par jugement du 26 juillet 2002, ledit tribunal a condamné De Landtsheer, notamment, à cesser tout usage de l'indication «Méthode traditionnelle», de l'appellation d'origine «Champagne», de l'indication de provenance «Reims-France» ainsi que des références aux vigneron de Reims et d'Épernay et à la méthode de production du champagne. Le CIVC et Veuve Clicquot ont été déboutés de leur requête en tant qu'elle concernait l'utilisation des mentions «BRUT», «RÉSERVE», «BRUT RÉSERVE» et «La première bière BRUT au monde».

Tout en renonçant à l'usage de l'appellation d'origine «Champagne» dans l'expression «Champagnebier», De Landtsheer a fait appel de ce jugement en tant qu'il porte sur les autres éléments du litige. Le CIVC et Veuve Clicquot ont formé un appel incident portant sur l'usage des termes «BRUT», «RÉSERVE», «BRUT RÉSERVE» et «La première bière BRUT au monde».

A cet égard, la Cour d'appel de Bruxelles a saisi la Cour de justice des Communautés européennes de plusieurs questions préjudicielles. La juridiction de renvoi souhaite notamment savoir si la directive 84/450/CEE doit être interprétée en ce sens que peut être considérée comme constituant une publicité comparative la référence, dans un message publicitaire, à un type de produits et non à une entreprise ou à un produit déterminés.

La Cour répond par l'affirmative : une telle référence peut constituer une publicité comparative, dès lors qu'il est possible d'identifier une entreprise ou les produits qu'elle offre comme étant concrètement visés par ledit message publicitaire. La circonstance que plusieurs concurrents de l'annonceur ou des biens ou des services qu'ils offrent puissent être identifiés comme étant concrètement visés par le message publicitaire est sans pertinence en vue de la reconnaissance du caractère comparatif de la publicité.

Par ailleurs, la juridiction de renvoi demande, notamment, si ladite directive doit être interprétée en ce sens qu'est illicite toute comparaison qui, pour des produits n'ayant pas d'appellation d'origine, se rapporte à des produits ayant une appellation d'origine. En effet, une des conditions prévues par la directive pour que la publicité comparative soit licite est que, pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation.

La Cour rappelle à cet égard qu'il est de jurisprudence constante que **les conditions exigées de la publicité comparative doivent être interprétées dans le sens le plus favorable à celle-ci**. En outre, elle constate qu'une autre condition prévue par la directive pour que la publicité comparative soit licite est qu'elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents. Selon la Cour, l'effet utile de cette exigence serait en partie compromis si les produits n'ayant pas une appellation d'origine étaient empêchés d'être comparés avec d'autres qui bénéficient d'une telle appellation.

La Cour considère que, dès lors que toutes les autres conditions de licéité de la publicité comparative sont respectées, une protection des appellations d'origine qui aurait pour effet d'interdire de manière absolue les comparaisons de produits n'ayant pas d'appellation d'origine avec d'autres qui bénéficient d'une telle appellation serait injustifiée et ne saurait trouver sa légitimité dans les dispositions de la directive.<sup>2</sup> La Cour conclut que **n'est pas illicite toute comparaison qui, pour des produits n'ayant pas d'appellation d'origine, se rapporte à des produits bénéficiant d'une telle appellation**.

---

<sup>2</sup> Il s'agit plus particulièrement de l'article 3bis, §1, sous f, de la directive.

*Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas la Cour de justice.*

*Langues disponibles : BG, ES, CS, DE, EL, EN, FR, IT, HU, NL, PL, PT, RO, SK, SL*

*Le texte intégral de l'arrêt se trouve sur le site Internet de la Cour*

*[Affaire C-381/05](#)*

*Généralement il peut être consulté à partir de 12 heures CET le jour du prononcé.*

*Pour de plus amples informations, veuillez contacter Mme Marie-Christine Lecerf*

*Tél : (00352) 4303 3205 - Fax : (00352) 4303 3034*