



## COMMUNIQUE DE PRESSE n° 76/25

Luxembourg, le 25 juin 2025

Arrêt du Tribunal dans l'affaire T-239/23 | Comité interprofessionnel du vin de Champagne et INAO/EUIPO - Nero Lifestyle (NERO CHAMPAGNE)

### **NERO CHAMPAGNE ne peut pas être enregistré en tant que marque de l'Union européenne pour des vins d'appellation d'origine protégée « Champagne »**

En 2019, la société italienne Nero Lifestyle a présenté à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) une demande d'enregistrement pour la marque verbale NERO CHAMPAGNE. Cette demande concerne certains produits et services parmi lesquels des « vins conformes au cahier des charges de l'appellation d'origine protégée (AOP) "Champagne" ».

Le Comité interprofessionnel du vin de Champagne et l'Institut national de l'origine et de la qualité se sont opposés à l'enregistrement au motif notamment que l'AOP « Champagne » est enregistrée depuis 1973. Ils soutiennent que la marque NERO CHAMPAGNE est susceptible de tirer abusivement profit de la réputation des produits AOP dont la protection vise essentiellement à assurer aux consommateurs qu'ils présentent certaines caractéristiques particulières et, donc, offrent une garantie de qualité due à leur provenance géographique.

L'opposition ayant été partiellement rejetée par l'EUIPO, les organismes professionnels ont saisi le **Tribunal de l'Union européenne**. Dans son arrêt, il **annule la décision de l'EUIPO et accueille l'opposition**, y compris s'agissant des « vins conformes au cahier des charges de [l'AOP] "Champagne" ». Ainsi, **la demande d'enregistrement de la marque NERO CHAMPAGNE est rejetée**.

Le Tribunal rappelle tout d'abord que le droit de l'Union n'interdit pas qu'une marque puisse contenir une AOP. Toutefois, son enregistrement peut être refusé si l'AOP n'est pas conforme au cahier des charges du produit concerné, si son utilisation exploite la réputation d'une AOP ou encore si la marque demandée véhicule une indication fautive ou fallacieuse quant à la provenance ou à l'origine du produit.

Le Tribunal considère qu'il existe une présomption selon laquelle une marque contenant une AOP et enregistrée uniquement pour des produits respectant le cahier des charges de cette AOP n'exploite pas de manière indue la réputation de cette dernière. Toutefois, une telle présomption peut être renversée lorsqu'il est démontré qu'une marque est susceptible d'exploiter indûment la réputation d'une AOP, **même si elle ne désigne que des produits conformes au cahier des charges de cette AOP**. Ainsi, lorsque des éléments à cet effet sont portés à la connaissance de l'EUIPO, celui-ci doit les examiner afin de vérifier s'ils permettent de renverser ladite présomption.

Dès lors, d'une part, le Tribunal constate que, malgré une pratique constante de l'EUIPO en ce sens, la chambre de recours a commis une erreur de droit en considérant, en substance, que cette présomption ne peut être remise en cause par aucun élément de preuve. D'autre part, la chambre de recours de l'EUIPO a violé l'obligation de motivation qui lui incombe. En effet, elle n'a pas suffisamment exposé en quoi les éléments produits par les organismes professionnels n'étaient pas susceptibles de renverser la présomption.

Enfin, le Tribunal décide que le terme « nero » pourrait être perçu par le consommateur comme évoquant soit le

cépage du champagne, soit sa couleur, de sorte que la marque demandée pourrait véhiculer une information fautive ou fallacieuse. En effet, le Tribunal relève que ce terme est utilisé dans le nom de plusieurs cépages italiens connus et que de multiples variétés de vignes l'incluent dans leur dénomination. En outre, le terme « nero » sera compris par le public italoophone comme signifiant « noir ». Le public pourrait donc penser qu'il s'agit d'un « champagne noir » alors même que, selon le cahier des charges de l'AOP, un champagne ne peut être que blanc ou rosé.

**RAPPEL :** Les marques de l'Union et les dessins et modèles communautaires sont valables sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne. Les marques de l'Union coexistent avec les marques nationales. Les dessins et modèles communautaires coexistent avec les dessins et modèles nationaux. Les demandes d'enregistrement des marques de l'Union et des dessins et modèles communautaires sont adressées à l'EU IPO. Un recours contre ses décisions peut être formé devant le Tribunal.

**RAPPEL :** Le recours en annulation vise à faire annuler des actes des institutions de l'Union contraires au droit de l'Union. Sous certaines conditions, les États membres, les institutions européennes et les particuliers peuvent saisir, selon le cas, la Cour de justice ou le Tribunal d'un recours en annulation. Si le recours est fondé, l'acte est annulé. L'institution concernée doit remédier à un éventuel vide juridique créé par l'annulation de l'acte.

**RAPPEL :** Un pourvoi, limité aux questions de droit, peut être formé, devant la Cour, à l'encontre de la décision du Tribunal, dans un délai de deux mois et dix jours à compter de sa notification. Le pourvoi sera soumis à une procédure d'admission préalable. À cette fin, il devra être accompagné d'une demande d'admission exposant la ou les questions importantes que soulève le pourvoi pour l'unité, la cohérence ou le développement du droit de l'Union.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas le Tribunal.

[Le texte intégral et, le cas échéant, le résumé](#) de l'arrêt sont publiés sur le site CURIA le jour du prononcé.

Contact presse : Amanda Nouvel ☎ (+352) 4303 2524.

Restez connectés !

