

POURQUOI VENDRE UN SORBET SOUS LE NOM DE « SORBET AU CHAMPAGNE » POURRAIT-IL BIENTÔT DEVENIR ILLÉGAL ?

Olivier MANDEL
Avocat à la Cour
Cabinet MANDEL & ASSOCIES

I. Introduction

1. C'est à cette question difficile qu'a tenté de répondre l'Avocat Général de la Cour de Justice de l'Union européenne (CJUE), dans des conclusions présentées le **20 juillet 2017**, dans le cadre d'un litige opposant le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC), qui est chargé de défendre l'appellation « Champagne » partout dans le monde, à la chaîne de supermarchés allemande Aldi¹.

D'après l'Avocat Général, **dont l'avis ne lie pas toutefois la CJUE** (qui devrait rendre son arrêt d'ici fin 2017), le fait que l'expression de langue allemande « champagner sorbet » concorde avec les habitudes du public germanophone pour désigner un sorbet au champagne, **tout comme le fait que ce sorbet contienne effectivement, parmi ses ingrédients, une quantité non négligeable de champagne**, ne suffisent pas, en tant que tels, à exclure qu'Aldi puisse être condamné pour exploitation injustifiée de la réputation de l'appellation « Champagne ».

2. A notre connaissance, cette affaire va offrir, pour la première fois, à la CJUE l'occasion de se prononcer sur la question de savoir si la protection européenne des appellations d'origine protégées (AOP) et des indications géographiques protégées (IGP), qui est déjà très étendue, couvre également le cas d'une AOP ou IGP qui est utilisée comme ingrédient d'une denrée alimentaire et qui est incluse dans la présentation de ladite denrée.

¹ Conclusions de l'Avocat Général Monsieur Campos SÁNCHEZ-BORDONA présentées le 20 juillet 2017. Affaire C-393/16, Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne contre Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. OHG, représenté par Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH, anciennement Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG Süd, avec l'intervention de Galana NV. Voir <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=193045&pageIndex=0&doclang=FR&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=810638>

II. Les faits de l'espèce et les questions préjudicielles

3. A l'occasion des fêtes de fin d'année de l'année 2012, la chaîne de supermarchés allemande Aldi a mis en vente un produit dénommé « Champagner Sorbet », qui est un sorbet comportant parmi ses ingrédients 12 % de champagne.

L'image de l'emballage de ce dessert est reproduite ci-après :



4. Le CIVC a formé une action en justice devant un tribunal de Munich visant à obtenir qu'Aldi cesse d'utiliser l'AOP « Champagne » pour ce produit surgelé, dans la mesure où cela constituerait une violation de cette AOP, en application de l'article 118 *quaterdecies* du règlement (CE) n° 1234/2007².

Cette demande de condamnation formée par le CIVC, après avoir été admise en première instance, a été rejetée en appel. Le CIVC a alors formé un pourvoi devant le Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice, Allemagne), qui a saisi la CJUE de plusieurs questions préjudicielles.

² Règlement (CE) n° 1234/2007 du Conseil, du 22 octobre 2007, portant organisation commune des marchés dans le secteur agricole et dispositions spécifiques en ce qui concerne certains produits de ce secteur (règlement OCM unique) (JO L 299, p. 1). Ce règlement a été modifié notamment par le règlement (CE) n° 491/2009 du Conseil du 25 mai 2009. Ce règlement (CE) n° 1234/2007, qui était applicable au moment des faits litigieux, a été abrogé par le règlement (UE) n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil, du 17 décembre 2013, portant organisation commune des marchés des produits agricoles. Toutefois, l'article 118 *quaterdecies* du règlement n° 1234/2007 et l'article 103 du règlement n° 1308/2013 sont rédigés en des termes analogues.

5. Nous ne commenterons ci-après qu'une seule de ces questions, à savoir la deuxième, qui a été formulée de la façon suivante : la juridiction de renvoi souhaite savoir si l'utilisation d'une AOP comme partie du nom d'une denrée alimentaire (en l'espèce, un sorbet), qui ne répond pas au cahier des charges du produit, à laquelle a été ajouté un ingrédient (en l'espèce, du champagne), qui lui répond audit cahier des charges, constitue une exploitation de la réputation de ladite AOP, au sens de l'article 118 *quaterdecies*, paragraphe 2, sous a), ii) du règlement n° 1234/2007³, lorsque :

- le nom de ladite denrée alimentaire correspond aux habitudes de dénomination du public visé ;
- et que l'ingrédient a été ajouté en quantité suffisante pour conférer au produit une caractéristique essentielle.

³ L'article 118 *quaterdecies* du règlement n° 1234/2007 est ainsi libellé :

« *Protection*

1. *Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées peuvent être utilisées par tout opérateur commercialisant un vin produit conformément au cahier des charges correspondant.*

2. *Les appellations d'origine protégées, les indications géographiques protégées et les vins qui font usage de ces dénominations protégées en respectant les cahiers des charges correspondants sont protégés contre :*

a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination protégée :

i) pour des produits comparables ne respectant pas le cahier des charges lié à la dénomination protégée ; ou

ii) dans la mesure où ladite utilisation exploite la réputation d'une appellation d'origine ou indication géographique ;

b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que "genre", "type", "méthode", "façon", "imitation", "goût", "manière" ou d'une expression similaire ;

c) toute autre indication fautive ou fallacieuse quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités substantielles du produit figurant sur le conditionnement ou l'emballage, sur la publicité ou sur des documents afférents au produit vitivinicole concerné, ainsi que contre l'utilisation pour le conditionnement d'un contenant de nature à créer une impression erronée sur l'origine du produit ;

d) toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit.

3. *Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées ne deviennent pas génériques dans la Communauté au sens de l'article 118 *duodecies*, paragraphe 1.*

4. *Les États membres prennent les mesures nécessaires pour empêcher l'utilisation illicite des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées visée au paragraphe 2. »*

III. Les réponses proposées par l'Avocat général de la CJUE

6. Il y a d'abord lieu de rappeler que, comme en droit français, l'article 118 *quaterdecies*, paragraphe 2, sous a), du règlement n° 1234/2007 définit les modalités d'utilisation (directe et indirecte) et les produits, comparables et différents, auxquels il convient d'accorder la protection donnée par l'AOP ou l'IGP vitivinicole.

Dans le cas de produits comparables, la protection est objective en ce sens qu'il suffit de constater que ces produits ne respectent pas le cahier des charges pour constater qu'il y a violation de l'AOP ou de l'IGP, peu importe qu'il y ait ou pas risque de confusion.

Par contre, dans le cas de produits différents, comme en l'espèce le sorbet au champagne, il importe de prouver qu'ils exploitent la réputation de l'AOP ou de l'IGP⁴.

7. L'Avocat Général de la CJUE a tout d'abord estimé qu'il devait être possible pour un opérateur économique, tel qu'un distributeur de produits alimentaires, d'utiliser une AOP ou IGP comme partie du nom d'un produit **en cas d'existence d'un intérêt légitime**, et ce alors même que cette utilisation serait susceptible d'exploiter le prestige et la réputation de l'AOP ou de l'IGP en question.

8. A ce titre, dans le domaine spécifique des indications géographiques de boissons spiritueuses, la CJUE a pu juger à plusieurs reprises que le fait de profiter de la réputation d'une indication géographique devait être effectué de « *manière indue* » pour pouvoir être sanctionné⁵.

9. Une fois admis le **principe** selon lequel il doit être possible pour un opérateur économique, tel qu'un distributeur de produits alimentaires, d'utiliser une AOP ou IGP comme partie du nom d'un produit en présence d'un **intérêt légitime**, l'Avocat Général a fourni des précisions intéressantes sur les éléments et circonstances pouvant justifier, au cas d'espèce, **de l'existence de cet intérêt**.

⁴ Cette distinction entre utilisation de dénominations protégées selon qu'elles désignent des produits comparables ou différents vaut pour tous les types d'appellations d'origine et d'indications géographiques, d'origine française ou communautaire. Voir l'article L. 721-8 I 1° du Code de la propriété intellectuelle pour les indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux, l'article L. 643-1 du Code rural et de la pêche maritime pour les appellations d'origine, l'article 13, paragraphe 1, sous a) du règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, l'article 20, paragraphe 2, sous a), du règlement (UE) n° 251/2014 du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 pour les produits vinicoles aromatisés et l'article 16, paragraphe a), du règlement (CE) n° 110/2008 du Parlement européen et du Conseil du 15 janvier 2008 pour les boissons spiritueuses.

⁵ Arrêt du 14 juillet 2011, « Bureau national interprofessionnel du Cognac », C-4/10 et C-27/10, point 46. Arrêt du 21 janvier 2016, « Viiniverla », C-75/15, point 45.

IV. Sur les habitudes du public

10. Premièrement, l'Avocat Général a estimé que le fait que l'expression « Champagner Sorbet » soit celle qui est habituellement utilisée par le consommateur allemand ou de langue allemande pour désigner un sorbet au champagne n'était pas un facteur pertinent pour répondre à la question de savoir si un distributeur alimentaire avait ou pas un intérêt légitime à inclure le nom de l'AOP « Champagne » dans la présentation commerciale de ce sorbet.

En effet, si on admettait le contraire, l'AOP risquerait de devenir **générique**, ce qui permettrait alors à tout opérateur économique de l'utiliser sans conditions et notamment sans avoir à respecter le cahier des charges de l'appellation.

11. Or, un des objectifs principaux de la réglementation communautaire en matière d'AOP et d'IGP est d'empêcher qu'elles ne deviennent génériques, une dénomination devenant générique si le lien direct entre, d'un côté, l'origine géographique du produit et, de l'autre côté, une qualité déterminée de ce produit, sa réputation ou une autre caractéristique, attribuable à ladite origine, a disparu, la dénomination ne faisant plus que **décrire un genre ou un type de produits**⁶.

C'est cet objectif qui explique d'ailleurs que la réglementation communautaire en matière d'AOP et d'IGP interdit toute mention délocalisante, telle que « roquefort suisse », même si l'origine véritable du produit est indiquée car, à défaut d'une telle prohibition, il y aurait alors un risque certain de dégénérescence de ces AOP et IGP.

12. Il nous semble également pertinent de rappeler que la CJUE, dans l'arrêt « Viineverla » précité, avait été interrogée sur la question de savoir si l'article 16, sous b), du règlement n° 110/2008 doit être interprété en ce sens que, afin d'apprécier si la dénomination « Verlados », qui désigne une eau-de-vie de cidre finlandaise, constitue une « évocation », au sens de cette disposition, de l'indication géographique « Calvados », pour des produits analogues, la juridiction de renvoi doit prendre en considération, outre la parenté phonétique et visuelle entre ces dénominations, **l'existence de circonstances qui tendent à indiquer que l'utilisation de la dénomination « Verlados » n'est pas susceptible d'induire en erreur le consommateur finlandais.**

Ces circonstances tenant notamment au fait que le début de la dénomination « Verlados » correspond au nom du village finlandais de Verla, qui est le lieu de fabrication de l'eau-de-vie en cause, et que ce nom est susceptible d'être reconnu par le consommateur finlandais.

⁶ Définition jurisprudentielle de la généricité tirée d'un arrêt de la Cour de Justice des Communautés Européennes du 2 juillet 2009, « Bavaria », C-343/07, point 107. Voir également l'article 6, paragraphe 1, du règlement n° 1151/2012, l'article 101, paragraphe 1, du règlement n° 1308/2013, l'article 15, paragraphe 3, du règlement n° 110/2008 et l'article 18 du règlement n° 251/2014, qui disposent, en des termes quasi identiques, qu'une dénomination devenue générique ne peut prétendre à une protection en tant qu'appellation d'origine ou indication géographique. Le meilleur exemple jurisprudentiel français qu'on puisse trouver d'une appellation d'origine devenue, à terme, générique, est la « moutarde de Dijon » : CA Paris, 19 mars 1929, *Ann. propr. ind.* 1930, p. 257.

Dans son arrêt « Viineverla », la CJUE a considéré qu'une telle circonstance n'était pas « **pertinente** » pour apprécier l'existence d'une « évocation » au sens de l'article 16, sous b), du règlement n° 110/2008, dès lors notamment que cette disposition protégeant les indications géographiques enregistrées contre toute « évocation » **sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne**, la notion de « consommateur », à laquelle il importe de se référer pour déterminer s'il existe une « évocation », **visé le consommateur européen et non le seul consommateur de l'État membre dans lequel est fabriqué le produit qui donne lieu à l'évocation de l'indication géographique protégée**⁷.

V. Sur l'application des Lignes Directrices de la Commission européenne du 16 décembre 2010

13. La notion « d'habitudes du public » ayant été écartée, l'Avocat Général s'est penché sur la question de savoir à quelles conditions un ingrédient, en l'espèce du champagne, couvert par une AOP, qui est ajouté à une denrée alimentaire, en l'espèce un sorbet, pouvait lui conférer une caractéristique essentielle, de sorte que le distributeur de ce sorbet aurait un intérêt légitime à pouvoir le désigner sous le nom de « sorbet au champagne ».

14. Pour répondre à cette question, l'Avocat Général semble avoir tout d'abord estimé, dès lors que le sorbet litigieux est une **denrée alimentaire non couverte par une AOP ou IGP**, qu'il était nécessaire de se référer et d'interpréter la réglementation **générale** de l'Union européenne en matière **d'étiquetage des denrées alimentaires**⁸, et qu'*a contrario*, il n'y avait pas à se référer à la réglementation **spécifique** existante en matière de produits vitivinicoles ou de boissons spiritueuses⁹.

⁷ Arrêt du 21 janvier 2016, « Viiniverla », C-75/15, points 41 à 44. Ces précisions apportées par la CJUE dans l'arrêt Viineverla concernent le concept « d'évocation », qui figure notamment à l'article 118 *quaterdecies*, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 1234/2007, alors que la prise en compte, par l'Avocat Général, dans l'affaire du sorbet au champagne, de la notion « d'habitudes du public », vise à préciser la portée de l'article 118 *quaterdecies*, paragraphe 2, sous a), de ce même règlement. Toutefois, les notions de « consommateur européen » et « d'habitudes du public » nous semblent suffisamment proches pour en souligner la parenté.

⁸ Directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mars 2000 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que la publicité faite à leur égard (JO L 109 du 6.5.2000, p. 29). C'est cette directive qui était en vigueur au moment de la commission des faits litigieux. En effet, la directive 2000/13 n'a été abrogée que le 13 décembre 2014, c'est-à-dire plus de deux ans après les faits objet de la procédure au principal, conformément à l'article 53 du règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil, du 25 octobre 2011, concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission (JO L 304, p. 18).

⁹ **A ce titre, il faudrait donc, au cas d'espèce, écarter l'application par analogie de l'article 10, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 110/2008** qui dispose, en substance, que l'utilisation d'une indication géographique enregistrée, pour une boisson spiritueuse, dans un terme composé, ou l'allusion à une telle IGP dans la

L'Avocat Général a alors constaté que cette réglementation générale ne comporte pas de dispositions expresses portant sur la façon dont un ingrédient, protégé par une AOP, doit figurer sur l'étiquetage d'une denrée alimentaire.

15. Toutefois, l'Avocat Général a estimé qu'il fallait tenir compte des Lignes Directrices, publiées par la Commission européenne le 16 décembre 2010, sur l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des AOP et des IGP comme ingrédients¹⁰.

16. D'après ces Lignes Directrices, qui sont dépourvues de force réglementaire contraignante, **« une dénomination enregistrée en tant qu'AOP ou IGP pourrait être mentionnée au sein, ou à proximité, de la dénomination de vente d'une denrée alimentaire incorporant des produits bénéficiant de la dénomination enregistrée, ainsi que dans l'étiquetage, la présentation et la publicité de cette denrée alimentaire, dès lors que les conditions suivantes sont réunies.**

- *Ainsi, il serait approprié que ladite denrée alimentaire ne **contienne aucun autre « ingrédient comparable »**, autrement dit **aucun autre ingrédient substituable totalement ou partiellement à l'ingrédient bénéficiant d'une AOP ou IGP**. À titre illustratif et non limitatif de la notion d'« ingrédient comparable », la Commission estime qu'un fromage à pâte persillée (ou communément : « fromage bleu ») serait comparable au « Roquefort ».*
- ***En outre, cet ingrédient devrait être utilisé en quantité suffisante afin de conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire concernée.** La Commission ne saurait cependant, compte tenu de l'hétérogénéité des cas de figure potentiels, suggérer un pourcentage minimal uniformément applicable. En effet, à titre d'exemple, l'incorporation d'une quantité minimale d'une épice bénéficiant d'une AOP ou IGP dans une denrée alimentaire pourrait, le cas échéant, suffire en vue de conférer une caractéristique essentielle à ladite denrée alimentaire. En revanche, l'incorporation d'une quantité minimale de viande bénéficiant d'une AOP ou IGP dans une denrée alimentaire ne saurait a priori conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire.*

présentation d'une denrée alimentaire est interdite, sauf si l'alcool est issu exclusivement de la/des boissons spiritueuse(s) concernée(s).

¹⁰ Communication de la Commission européenne (JO 2010, C 341, p.3). Le 32^{ème} considérant du règlement n° 1151/2012, relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, renvoie expressément à ces Lignes Directrices dans le cas d'AOP ou d'IGP employées comme ingrédients. L'article 13, paragraphe 1, sous a), de ce règlement dispose également que **« les dénominations enregistrées sont protégées contre toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée à l'égard des produits non couverts par l'enregistrement, lorsque ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou lorsque cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients. »**

- *Enfin, le pourcentage d'incorporation d'un ingrédient bénéficiant d'une AOP ou d'une IGP devrait, idéalement, être indiqué **au sein ou à proximité immédiate de la dénomination de vente de la denrée alimentaire concernée, ou à défaut sur la liste des ingrédients, en relation directe avec l'ingrédient considéré** ».*

17. L'Avocat Général semble, dans l'ensemble, considérer comme pertinentes ces trois conditions qui ont été posées par la Commission européenne.

On peut toutefois regretter qu'il n'ait pas donné plus de précisions sur la portée de ces trois conditions, ce qu'il appartiendra sans doute à la CJUE de faire.

Ainsi, en ce qui concerne la comparaison des ingrédients, faut-il se placer au stade de la fabrication ou au stade de la consommation et de la perception de chacun des ingrédients par le consommateur final ?

Imaginons notamment le cas, différent de celui de l'espèce, d'un sorbet dénommé « sorbet au champagne » et qui contiendrait, non seulement du champagne, mais aussi un autre vin mousseux qui ne bénéficierait d'aucune AOP ou IGP.

Si on devait se placer au stade de la fabrication, on pourrait alors soutenir que la première condition, posée par les Lignes Directrices, est remplie, car les méthodes de fabrication, de production et de vieillissement de ce second vin mousseux différent nécessairement de celles posées par le cahier des charges de l'AOP « Champagne ». On serait donc en présence de deux produits non substituables.

Par contre, si on devait se placer, comme nous le pensons, au stade de la perception, par le consommateur final, cette première condition ne serait pas remplie car le consommateur de sorbets, qui est un produit de consommation courante, n'est pas a priori apte à distinguer les différentes « familles » de vin mousseux entrant dans la composition du sorbet qu'il achète, pas plus que leurs propriétés ou qualités gustatives¹¹.

18. La deuxième condition posée par les Lignes Directrices (selon laquelle l'ingrédient, couvert par une AOP ou IGP, doit être utilisé en quantité suffisante pour conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire) n'est pas non plus évidente à interpréter.

¹¹ Voir en ce sens : CA Paris, Pôle 5 – Chambre 1, arrêt du 28 février 2017, n° RG : 06/2017. Dans cette affaire, la cour a ainsi jugé, à propos d'une pizza dénommée « *Sensation Comté* », dans la composition de laquelle entrait notamment le fromage d'AOP Comté, que les autres fromages employés comme ingrédients de cette pizza, à savoir de la mozzarella, du Cantal et du « string cheese », étaient des produits comparables pour l'application des règles de désignation et d'étiquetage d'une denrée alimentaire utilisant comme ingrédients des fromages d'AOP. La cour a notamment jugé que les différents fromages garnissant la pizza litigieuse apparaissent visuellement, après cuisson, comme un ensemble relativement indistinct de fromage fondu et que, sur le plan gustatif, le consommateur n'est pas en mesure de distinguer le fromage à pâte pressée cuite que constitue le Comté des autres fromages présents dans la pizza « *Sensation Comté* », et notamment du fromage à pâte pressée crue qu'est le Cantal.

S'agit-il de retrouver, dans la denrée alimentaire, les caractéristiques essentielles de l'ingrédient protégé ou suffit-il de constater, comme le soutient l'Avocat Général, que ladite denrée a une caractéristique essentielle liée à cette AOP ou IGP ?

A ce titre, on peut penser, d'une part, que plus est importante la quantité d'un ingrédient couvert par une AOP ou IGP, plus grandes sont les probabilités qu'il confère une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire.

Et que, d'autre part, cette caractéristique essentielle sera normalement donnée par l'arôme et le goût qui seront apportés à la denrée par l'ingrédient protégé par l'AOP ou l'IGP.

Au cas d'espèce, il paraît a priori raisonnable d'admettre que le sorbet litigieux commercialisé par la société Aldi, auquel a été incorporé du champagne à hauteur de 12 %, a bien un goût de champagne ou une certaine finesse caractéristique de cette boisson. Pour justifier une telle allégation, il faudrait toutefois qu'Aldi puisse s'appuyer sur les résultats d'enquêtes menées auprès d'un panel suffisamment représentatif de consommateurs et/ou sur des résultats de tests d'analyses sensorielles.

19. Enfin, la troisième et dernière condition, posée par les Lignes Directrices, selon laquelle le pourcentage d'incorporation d'un ingrédient bénéficiant d'une AOP ou d'une IGP devrait, idéalement, être indiqué au sein ou à proximité immédiate de la dénomination de vente de la denrée alimentaire concernée, ou à défaut sur la liste des ingrédients, cette condition **ne sera pas toujours applicable**.

En effet, en ce qui concerne les denrées alimentaires proposées **non préemballées à la vente au consommateur final, comme le cas d'un sorbet au « champagne » qui serait vendu chez un glacier**, ou pour les denrées alimentaires emballées sur les lieux de vente à la demande du consommateur ou préemballées en vue de leur vente immédiate, le Règlement précité (UE) n° 1169/2011 laisse aux **Etats membres** la possibilité de ne pas rendre obligatoire l'indication de la dénomination de la denrée alimentaire ou la liste des ingrédients¹².

¹² Articles 9, 10 et 44 du Règlement (UE) n° 1169/2011. A noter qu'en droit français, l'article R412-11 du Code de la consommation, créé par décret n° 2016-884 du 29 juin 2016, dispose : « *La dénomination, au sens du règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 modifié concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, de toute denrée **alimentaire présentée non préemballée sur les lieux de vente au consommateur final**, et, le cas échéant, **les autres mentions obligatoires qui doivent l'accompagner, sont indiquées sur la denrée elle-même ou à proximité de celle-ci** de façon qu'il n'existe aucune incertitude quant à la denrée à laquelle elles se rapportent.* »

VI. Sur le fait de ne pas induire en erreur le consommateur

20. L'Avocat Général a considéré que la réunion, à confirmer en l'espèce, des trois conditions posées par les Lignes Directrices de la Commission européenne ne suffira toutefois pas à rendre légitime l'utilisation de l'AOP « Champagne » dans la présentation du sorbet litigieux, s'il existe d'autres éléments, **tenant notamment à la présentation de l'étiquetage**, susceptibles de révéler, de la part d'Aldi, une intention d'exploiter le prestige de l'AOP en question, en s'appropriant sa réputation.

Or, au cas d'espèce, l'emballage du sorbet litigieux, qui a été reproduit ci-dessus, représente, en gros plan, un bouchon de bouteille de champagne, une flûte de champagne à moitié pleine et une bouteille qui semble être une bouteille de champagne.

On peut donc penser que la présence de ces éléments graphiques sur l'emballage du sorbet « Champagner Sorbet » vise, de la part d'Aldi, à établir une connexion forte, dans l'esprit du consommateur, avec l'AOP « Champagne », afin de tirer indûment profit de sa réputation.

21. Même si cela n'a pas été souligné par l'Avocat Général, le fait qu'Aldi ait décidé de lancer la commercialisation de son sorbet au champagne à la fin de l'année 2012, **c'est-à-dire à une époque de l'année où il est usuel de boire du champagne**, n'est peut-être pas non plus « innocent » et pourrait être interprété comme un indice de la volonté d'Aldi de chercher à tirer indûment profit de la réputation de l'AOP « Champagne » au cours d'une période « stratégique ».

22. A ce titre, on se souviendra que la Cour de cassation, dans un arrêt du 25 novembre 2014 ayant opposé le CIVC à la société Euralis gastronomie, avait rejeté le pourvoi formé par cette dernière à l'encontre d'un arrêt d'appel qui l'avait condamné pour les faits suivants¹³ :

Courant 2009, la société Euralis Gastronomie et sa filiale, la société Champion, avaient commercialisé différents produits alimentaires en y associant le nom de Champagne, tels que « pintade au Champagne », « gigolette d'oie au Champagne », « foie gras de canard aux deux poivres et au Champagne », **ce dernier produit étant présenté sous un emballage qui reproduisait une flûte de Champagne jouxtant des tranches de foie gras.**

La cour d'appel de Paris, dont l'analyse a été validée par la Cour de cassation, a jugé qu'en utilisant une dénomination insérant l'appellation « Champagne » pour commercialiser les produits ci-dessus énumérés, la société Euralis Gastronomie avait créé un risque de détournement de la notoriété ainsi qu'un risque d'affaiblissement de la notoriété de cette appellation au sens de l'article L. 643-1 du Code rural et de la pêche maritime.

¹³ Cass. com. 25 novembre 2014, n° de pourvoi 13-19870. Pour un commentaire de cet arrêt et d'autres arrêts rendus par la Cour de cassation dans les affaires dites du « Mac Cheese sauce au reblochon » et du « Mac Cheese sauce à la tomme de Savoie fondue », voir notre article intitulé « Foie gras et champagne ne font pas toujours bon ménage », publié sur le blog du Cabinet d'Avocats Mandel & Associés : <https://www.mandel-office.com/foie-gras-et-champagne-ne-font-pas-toujours-bon-menage/>

En effet, le champagne n'entrait que pour 2 % dans la composition du foie gras litigieux commercialisé par la société Euralis Gastronomie et d'après une étude gustative et comparative réalisée auprès du public et produite par le CIVC, l'aromatisation au vin de Champagne n'était perçue que par 17 % des consommateurs interrogés. Par ailleurs, sur les emballages des produits en cause, l'appellation « Champagne » figurait en lettres anglaises élégantes tandis que les autres mentions étaient simplement en lettres majuscules droites.

23. L'utilisation d'une AOP ou IGP, entrant dans la composition d'une denrée alimentaire, permet donc de souligner l'importance des règles d'étiquetage relatives à ces signes de qualité afin que le consommateur ne soit pas induit en erreur quant à l'origine, la provenance et la qualité liée à cette denrée alimentaire.

VII. Conclusion et perspectives

24. La décision que la CJUE va rendre ces prochains mois dans cette affaire CIVC / Aldi devrait être scrutée, non seulement par les parties au litige, mais aussi par les différents acteurs du secteur agro-alimentaire tout comme par les défenseurs des AOP et IGP.

Bien que la CJUE ne soit pas obligée de suivre l'avis de son Avocat Général, on sait que les juges de Luxembourg, dans les nombreuses affaires d'AOP et d'IGP dont ils ont été saisis, ont eu tendance à reconnaître une protection large à ces signes distinctifs, notamment lorsqu'il s'est agi de définir la notion d'évocation d'une IGP.

25. Au cas d'espèce, si la CJUE jugeait que si même des produits contenant effectivement du champagne ne peuvent utiliser l'appellation « Champagne » dans leur dénomination de vente qu'à des conditions très strictes, cela constituerait une victoire certaine pour le CIVC et au-delà, pour l'ensemble des AOP et IGP.

La décision à venir de la CJUE devrait donc avoir un impact certain sur la façon dont les distributeurs de denrées alimentaires pourront faire de la publicité pour ceux de leurs produits qui incluent un ou plusieurs ingrédients protégés par une AOP ou une IGP.

A cet égard, ces distributeurs, qui sont tenus non seulement de respecter la réglementation applicable aux AOP et IGP, mais aussi celle applicable en matière d'étiquetage, ce qui implique notamment un étiquetage loyale et précis, doivent, en vue de la conception de leurs étiquetages et publicités, s'assurer que ces ingrédients ont été utilisés en quantité suffisante pour conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire concernée et préciser clairement le pourcentage d'incorporation de l'ingrédient.

A contrario, ces distributeurs ne doivent pas :

- mettre en avant le nom de l'AOP ou IGP quand l'ingrédient qu'elle protège est mélangé avec d'autres ingrédients de nature ou composition comparable ;
- mettre en exergue, au moyen d'éléments graphiques disproportionnés, des traits caractéristiques ou des « symboles » attachés à l'AOP ou IGP comme, par exemple, la représentation d'une bouteille de vin ;
- apposer le logo européen de l'AOP pour faire croire qu'un produit alimentaire transformé en bénéficie alors que cette AOP ne concernerait qu'un ingrédient « mineur » dudit produit : exemple de viennoiseries préemballées, élaborées avec du beurre AOP « Beurre Charentes-Poitou ».

26. Au-delà des précisions jurisprudentielles que la CJUE devrait apporter dans cette affaire CIVC / Aldi, le législateur communautaire, à l'occasion d'une prochaine révision des règlements communautaires existants en matière d'AOP et d'IGP, pourrait également réfléchir, en concertation avec l'ensemble des acteurs concernés, à une possible « transposition-adaptation » des Lignes Directrices de la Commission européenne de 2010 à l'ensemble des règlements communautaires relatifs aux AOP et IGP.

En effet, pour l'heure, les « titulaires » d'AOP et d'IGP agricoles et vitivinicoles, ainsi que les titulaires d'IG de spiritueux, ne sont pas « logés à la même enseigne » en ce qui concerne le cas de l'emploi de ces dénominations enregistrées au sein, ou à proximité, de la dénomination de vente d'une denrée alimentaire, lorsque cette denrée incorpore des produits bénéficiant de la dénomination enregistrée¹⁴.

De telles différences étant difficilement compréhensibles alors que les objectifs du règlement sur les AOP-IGP vitivinicoles **sont analogues** à ceux du règlement sur les AOP-IGP de denrées alimentaires, comme la CJUE a pu le juger récemment dans l'arrêt « Port Charlotte » du 14 septembre 2017¹⁵.

27. Enfin, il importe de noter **qu'en droit français**, le législateur n'a pas attendu la naissance de l'affaire judiciaire « CIVC contre Aldi » pour se prononcer sur la question de l'emploi d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique comme **ingrédient entrant dans la composition d'une denrée alimentaire**.

¹⁴ En effet, le seul règlement communautaire à faire mention des Lignes Directrices de la Commission européenne de 2010 est le règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil, du 21 novembre 2012, relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires. L'article 13, paragraphe 1, sous a), de ce règlement est également le seul à faire expressément mention de la notion « d'ingrédients », contrairement aux règlements 1234/2007 et 1308/2013 sur les AOP-IGP viticoles et au règlement n° 110/2008 sur les IG de boissons spiritueuses, qui sont silencieux sur ce point.

¹⁵ CJUE, « EUIPO / Instituto dos Vinhos do Douro e do PortoIP et Bruichladdich Distillery Co. Ltd », arrêt du 14 septembre 2017, affaire C-56/16 P, point 80.

En effet, depuis le 28 juillet 2010, date d'entrée en vigueur de la loi n° 2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche, l'article L. 115-16 alinéa 7 du Code de la consommation, qui est devenu, suite à la loi de ratification de l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation¹⁶, l'article L. 431-2 nouveau du Code de la consommation, il est désormais interdit de :

« *mentionner sur un produit la présence dans sa composition d'un autre produit bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique lorsque cette mention détourne ou affaiblit la réputation de l'appellation ou de l'indication concernée* »¹⁷.

Toutefois, la question du **principe même de l'application** de cet article se pose dès lors que la CJUE, dans l'arrêt « Port Charlotte » du 14 septembre 2017, a jugé que « *le régime de protection prévu par le règlement n° 1234/2007 revêt un caractère **exhaustif**, de telle sorte que ce règlement **s'oppose à l'application d'un régime de protection national d'indications géographiques protégées au titre de ce règlement** »¹⁸.*

En conséquence, l'article 118 quaterdecies, paragraphe 1 et 2, de ce règlement régissant seul, **de manière uniforme et exclusive**, tant l'autorisation que les limites, voire l'interdiction de l'utilisation commerciale des AOP et IGP par le droit de l'Union, il nous semble que dans ce domaine, le législateur français **n'est plus compétent** pour adopter des dispositions, telles que celles figurant à l'article L. 431-2 du Code de la consommation, qui permettent d'accorder une protection **supplémentaire**, au titre de la législation nationale, auxdites AOP et IGP.

¹⁶ Loi n° 2017-203 du 21 février 2017 ratifiant les ordonnances n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation et n° 2016-351 du 25 mars 2016 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage d'habitation et simplifiant le dispositif de mise en œuvre des obligations en matière de conformité et de sécurité des produits et services (JORF n°0045 du 22 février 2017).

¹⁷ A la lecture des débats parlementaires, on comprend que le législateur, par l'insertion de cet article, a souhaité mieux contrôler les pratiques consistant à incorporer, dans la composition d'un produit, un ingrédient bénéficiant d'une appellation d'origine, dès lors que, d'après le rapporteur du projet de loi qui est à l'initiative de la création de ce nouvel article L. 115-16 alinéa 7 du Code de la consommation, « *bien souvent, le produit AOC utilisé comme ingrédient n'est qu'un alibi commercial car ses qualités spécifiques ne sont plus perceptibles dans le produit auquel il a été incorporé.* ». Voir en ce sens, l'amendement n° 1359 présenté par Monsieur Michel Raison, député-rapporteur, lors de la discussion à l'Assemblée Nationale du projet de loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche : <http://www.assemblee-nationale.fr/13/amendements/2636/263601359.asp>
Il semblerait que cet amendement ait été adopté, sans discussion, par la Commission des affaires économiques de l'Assemblée Nationale lors de la séance du 17 juin 2010, à 10 heures : <http://www.assemblee-nationale.fr/13/cr-eco/09-10/c0910077.asp>

¹⁸ CJUE, « EUIPO / Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto/ IP et Bruichladdich Distillery Co. Ltd », arrêt du 14 septembre 2017, affaire C-56/16 P, points 75 à 97 et point 103.