

REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS
ARRET DU 14 juin 2019
Pôle 5 – Chambre 2

(n°103, 14 pages) Numéro d'inscription au répertoire général : n° RG 17/21460 – n° Portalis 35L7-V-B7B-B4QED Décision déférée à la Cour : jugement du 19 octobre 2017 – Tribunal de grande instance de PARIS -3e chambre 2e section – RG n°17/15158

APPELANTE AU PRINCIPAL et INTIMEE INCIDENTE S.A.S. CORA, agissant en la personne de son président domicilié en cette qualité au siège social situé Domaine de Beaubourg [...] Croissy-Beaubourg CS 30175 77435 MARNE LA VALLEE CEDEX 2 Immatriculée au rcs de Meaux sous le numéro 786 920 306 Représentée par Me Matthieu BOCCON-GIBOD de la SELARL LEXAVOUE PARIS-VERSAILLES, avocat au barreau de PARIS, toque C 2477 Assistée de Me Marie G plaidant pour l'AARPI HOYNG – ROKH – MONEGIER -VERON, avocat au barreau de PARIS, toque P 512

INTIMEE AU PRINCIPAL, APPELANTE PROVOQUEE et APPELANTE INCIDENTE Société CORAVIN INC, société de droit américain, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité au siège social situé 3 Van de Graaff Drive, US 01803 BURLINGTON MASSACHUSETTS ETATS-UNIS D'AMERIQUE Représentée par Me Jeanne BAECHLIN de la SCP JEANNE BAECHLIN, avocat au barreau de PARIS, toque L 0034 Assistée de Me Frank V plaidant pour la SELARL ALTANA, avocat au barreau de PARIS, toque R 021

INTIMEE PROVOQUEE S.A. LOUIS D FINANCIERE ET DE PARTICIPATION, société de droit belge, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité au siège social situé [...] 6061 CHARLEROI (MONTIGNIES-SUR-SAMBRE) Belgique Représentée par Me Matthieu BOCCON-GIBOD de la SELARL LEXAVOUE PARIS-VERSAILLES, avocat au barreau de PARIS, toque C 2477

Assistée de Me Marie G plaidant pour l'AARPI HOYNG – ROKH – MONEGIER -VERON, avocat au barreau de PARIS, toque P 512

COMPOSITION DE LA COUR : L'affaire a été débattue le 20 mars 2019, en audience publique, devant la Cour composée de : Mme Anne-Marie GABER, Présidente de chambre Mme Laurence LEHMANN, Conseillère Mme Isabelle DOUILLET, Conseillère, désignée en remplacement de Mme Françoise BARUTEL, Conseillère, empêchée qui en ont délibéré

Un rapport a été présenté à l'audience dans les conditions prévues par l'article 785 du code de procédure civile.

Greffière lors des débats : M Carole T

ARRET: Contradictoire Par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile Signé par Mme Anne-Marie GABER, Présidente, et par M Carole T, Greffière, à laquelle la minute du présent arrêt a été remise par la magistrate signataire.

Vu le jugement contradictoire du 19 octobre 2017 rendu par le tribunal de grande instance de Paris,

Vu l'appel interjeté le 22 novembre 2017 par la société Cora à l'encontre de la société de droit américain Coravin,

Vu l'appel provoqué, formé par la société Coravin, signifié le 23 juillet 2018 à la société de droit belge Louis Delhaize Financière et de Participation (Delfipar),

Vu les dernières conclusions (conclusions d'appel n°5) remises au greffe, et notifiées, par voie électronique, le 6 mars 2019 de la société Cora, appelante, et de la société Delfipar, intimée à l'appel provoqué,

Vu les dernières conclusions (conclusions d'appel n°4) remises au greffe, et notifiées, par voie électronique, le 6 mars 2019, de la société Coravin, intimée, incidemment appelante, et appelante au titre de l'appel provoqué,

Vu l'ordonnance de clôture du 7 mars 2019,

SUR CE, LA COUR,

Il est expressément renvoyé, pour un exposé complet des faits de la cause et de la procédure, à la décision entreprise et aux écritures précédemment visées des parties, étant précisé que la cour ne peut apprécier que les pièces écrites en langue française, ou traduites dans cette langue qui est celle du procès.

Il sera simplement rappelé que :

' la société Cora, qui exerce dans la grande distribution et appartient au groupe Delfipar, est, entre autres, titulaire de la marque verbale française CORA, régulièrement renouvelée, déposée le 5 décembre 1974 sous le n° 1 274 805, pour désigner divers produits et services et notamment, en classes 8 et 21, les « Outils et instruments à main ; coutellerie ; fourchettes et cuillers ; Petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café »,

' la société Delfipar est notamment titulaire de la marque française semi-figurative n°4136852 :

déposée en couleurs le 26 novembre 2014 pour désigner des produits et services des classes 11, 20, 21 et 35 liés à l'univers du vin.

La société Cora reprochant à la société Coravin, qui exploite une technologie brevetée permettant d'accéder à un vin embouteillé et de le servir sans retirer le bouchon, d'user d'un signe similaire à sa marque Cora, qu'elle estime renommée, désignant les 'Petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café', ainsi qu'à sa dénomination sociale et à son nom commercial, l'a fait assigner le 21 octobre 2015 devant le tribunal de grande instance de Paris.

La société Coravin a opposé la déchéance partielle de la marque Cora susvisée pour les « petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café ».

Étant titulaire de divers noms de domaine 'coravin', notamment en point 'com', 'fr', 'de', 'ie', 'it', 'com.es', 'co.uk' et 'eu', ainsi que d'une marque verbale CORAVIN n° 011363496 de l'Union Européenne (UE), déposée le 21 novembre 2012 sous priorité américaine et enregistrée le 25 avril 2013, pour désigner divers produits en classes 11,20,21 et 25 dont des « bouchons-verseurs pour le vin» la société Coravin a fait assigner la société Delfipar devant le tribunal de grande instance de Paris le 28 octobre 2015 pour dépôt frauduleux de la marque 'cora Wine' précitée.

Les deux instances ont été jointes, étant précisé que d'autres procédures ont opposé, ou opposent encore, les parties.

Selon jugement dont appel, les premiers juges ont, entre autres dispositions :

- débouté la société Coravin de sa demande en déchéance partielle,
- débouté la société Cora de son action en contrefaçon de marque et de ses demandes au titre de l'atteinte à la renommée de sa marque, ainsi que de l'atteinte à sa dénomination sociale et à son nom commercial,
- débouté les sociétés Cora et la société Delfipar de leurs demandes au titre de l'abus d'agir en justice,
- débouté la société Coravin de sa demande relative au dépôt de la marque 'cora Wine' et à l'atteinte à ses droits antérieurs sur son nom commercial et ses noms de domaine,
- condamné la société Cora à payer à la société Coravin 40 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et la société Coravin à payer à ce titre à la société Delfipar 10 000 euros.

Les sociétés Cora et Delfipar maintiennent en cause d'appel que la marque Cora n°1 274 805 est une marque de renommée au sens de l'article L.713-5 du code de la propriété intellectuelle, que la société Coravin a commis des actes de contrefaçon de marque, porté atteinte à la renommée de la dite marque ainsi qu'à la dénomination sociale et au nom commercial de la société Cora. Elles soutiennent par ailleurs que la marque Cora a fait l'objet d'un usage sérieux en France pour les « outils et instruments à main ; coutellerie, fourchettes et cuillers ».

Elles sollicitent des mesures d'interdiction, sous astreinte, de l'usage du signe Coravin ou de tout autre signe incluant la dénomination Cora, ou l'imitant, ainsi que de rappel et de destruction des produits vendus sous la marque Coravin, le transfert sous astreinte des noms de domaine « Coravin.com », « Coravin.eu » et « Coravin.fr » au profit de la société Cora, et le paiement 'à titre provisionnel' :

-à la société Cora de 6 900 000 euros au titre du préjudice commercial et de 180 000 euros au titre du préjudice moral en raison des actes de contrefaçon de marque, de 450 000 euros en réparation de l'atteinte portée à la renommée de la marque en cause, et 450 000 euros, en réparation de l'atteinte portée à sa dénomination sociale et à son nom commercial,

-aux sociétés Cora et Delfipar, à chacune, 75 000 euros, en ce compris les frais d'huissiers, par application de l'article 700 du code de procédure civile.

La société Coravin fait valoir que les demandes en contrefaçon pour les « outils et instruments à main ; coutellerie, fourchettes et cuillers » désignés en classe 8 par la marque Cora revendiquée et celles tendant à voir juger contrefaisantes la fabrication et la vente de produits accessoires du système Coravin sont des demandes nouvelles en cause d'appel et dès lors irrecevables, subsidiairement que la marque Cora n°1 274 805 n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux pour les « outils et instruments à main ; coutellerie, fourchettes et cuillers » sollicitant le prononcé de sa déchéance pour ces produits.

En tout état de cause, elle demande de :

- dire que la marque française Cora n°1 274 805 n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux pour les « petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café » et de prononcer la déchéance des droits de la société Cora sur cette marque pour ces produits,
- dire que la société Delfipar a procédé au dépôt de la marque française 'cora Wine' n°4136852 de mauvaise foi et prononcer l'annulation de cette marque pour l'ensemble des produits et services qu'elle désigne,
- condamner la société Delfipar à lui verser 150 000 euros en réparation du préjudice moral provoqué par le caractère frauduleux du dépôt de la marque 'cora Wine',
- condamner la société Cora au paiement d'une amende civile de 3 000 euros pour introduction d'une procédure abusive en première instance, de 649 428 euros en réparation

des nombreux contentieux abusifs introduits entre 2015 et 2017, d'une amende civile de 10 000 euros pour appel abusif, et de 191 842 euros pour maintien abusif des procédures contentieuses, y compris l'appel abusif,

- ordonner une mesure de publication dans trois journaux, revues ou magazines et sous astreinte sur la page d'accueil des sites internet Cora,
- condamner chacune des sociétés Cora et Delfipar à lui verser 170 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile en cause d'appel.

Il sera relevé que la société Coravin renonce expressément (page 21 de ses écritures) à interjeter appel du rejet de ses demandes relatives à ses droits sur son nom commercial et sur ses noms de domaine et ne formule plus aucune prétention de ces chefs. Le jugement sera dès lors confirmé sur ce point.

Sur la recevabilité

La société Coravin fait valoir que seuls étaient invoqués en première instance l'exploitation du système Coravin, et au titre des produits couverts par la marque Cora les 'Petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café'en classe 21.

Elle estime qu'en visant désormais les accessoires du système Coravin et les 'Outils et instruments à main ; coutellerie ; fourchettes et cuillers' de la classe 8 désignés par sa marque, la société Cora étend le périmètre de ses demandes, lesquelles ne tendent pas aux mêmes fins dès lors qu'elles incriminent de nouveaux produits et sont fondées sur d'autres produits désignés par la marque.

Toutefois il ressort de la pièce 70 (conclusions n°4 du 5 juillet 2017 §1.3.2) de la société Coravin que la société Cora incriminait déjà en première instance outre le système Coravin, ses accessoires, 'notamment des housse de voyage, des manches de bouteille, des supports pour bouteille, des aiguilles, des capsules d'argon etc.' exploités sous la même dénomination.

Par ailleurs, elle fonde toujours en cause d'appel ses demandes en contrefaçon sur la même marque, quoique visant des produits supplémentaires couverts par cette marque. Il ne saurait être considéré que ce moyen supplémentaire de parvenir aux mêmes fins, nonobstant l'augmentation de la demande dommages et intérêts au titre du préjudice commercial (portée de 3 000 000 à 6 900 000 euros) et la nécessité de prendre en compte une période de référence distincte pour la déchéance, constitue une demande nouvelle au sens de l'article 564 du code de procédure civile.

Dès lors il n'y a pas lieu à irrecevabilité de ces chefs.

Sur la marque Cora Sur la déchéance

La société Coravin maintient que la société Cora doit être déchue de sa marque pour les 'Petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café', faute d'un usage sérieux pendant une période ininterrompue de 5ans, étant précisé qu'il n'est pas discuté que la période de référence à prendre en compte s'étend du 9 décembre 2010 au 9 décembre 2015.

Les premiers juges ont cependant exactement retenu que ressortait à suffisance de la prise en compte combinée des éléments produits l'existence de l'exploitation commerciale de la marque CORA pour les produits en cause, laquelle ne peut être considérée comme étant sporadique ou symbolique sur la période de référence.

Il sera ajouté que si la société Coravin s'attache particulièrement à discuter la portée des pièces, de première instance et d'appel, afférentes aux tire-bouchons, limonadiers et bouchons de champagne, les produits revendiqués désignés par la marque ont une acception plus large.

La société Coravin soutient par ailleurs que les ustensiles ou récipients de cuisine ne sont jamais revêtus de la marque 'cora' même si elle admet que les emballages, notamment des couverts en plastique, le sont, et produit une enquête d'avril 2016 (pièce 37) tendant à montrer que la marque n'est pas citée parmi les marques d'ustensiles de cuisine connues.

Toutefois les extraits de catalogues produits par la société Cora en pièces 117-1 (catalogue valable du 28 septembre au 8 octobre 2011) à 117-27 (catalogue valable du 11 novembre au 15 décembre 2015), montrent que durant la période de référence, pour chacune des années 2011 à 2015, étaient présentés au public, outre des produits d'autres marques ou non marqués, des produits sous le logo 'Cora produit cora', tels que des gammes cuisson (céramique ou induction, acier émaillé induction, tous feux sauf induction) cora, des cocottes ovales fonte cora , des plats à four en céramique cora , des moules 8 cannelés cora, des sets de cuisine manche amovible cora, des gobelets transparents cora, des cuvettes carrées cora, un panier ou coffre à linge cora, des boites hermétiques cora , des pinces à linge cora , des porte aliments en inox cora, un bouteille isotherme cora et des bols cora.

Ces éléments démontrent clairement l'existence d'un usage suffisamment sérieux à titre de marque pour présenter de 'Petits ustensiles et récipients portatifs pour le ménage et la cuisine (non en métaux précieux ou en plaqué), à l'exception des appareils à faire le café'.

Le jugement entrepris sera, en conséquence, confirmé en ce qu'il a rejeté les demandes de déchéance pour ces produits.

En cause d'appel la société Coravin a, ainsi que précédemment rappelé, étendu sa demande en déchéance aux produits supplémentaires invoqués au titre de la marque Cora, en réponse aux prétentions adverses pour contrefaçon. Cette demande formée par voie d'exception est recevable.

Selon les conclusions, non discutées sur ce point, de la société Coravin (page 25) la demande en déchéance pour les 'Outils et instruments à main ; coutellerie ; fourchettes et cuillers' a été formée le 23 juillet 2018, établissant la période de référence pour examiner l'usage sérieux de la marque pour ces produits à la période du 23 avril 2013 au 23 avril 2018.

Il ressort de l'examen des extraits de catalogues Cora produits pour la période s'étendant du 26 novembre 2013 au 16 octobre 2017 (pièces 117.16 à 117.31) que sont présentés à compter de l'extrait daté du 24 septembre au 4 octobre 2014 (pièces 117.22), avec la mention 'Cora produit cora' ainsi représentée : notamment des manches amovibles avec des poêles ou des poignées avec des casseroles ou des poêles ou une sauteuse cora, des ustensiles en nylon cora, un thermomètre à sonde électronique cora, un coupe frites en inox cora, un casse-noix cora, étant observé que si ce dernier ne relève pas de la classe 8 il présente un lien de similitude par sa nature, et son utilisation avec un 'instrument à main', le principe de spécialité comprenant les produits similaires ou complémentaires, étant rappelé que la classification des marques (Arrangement de Nice) n'a qu'une valeur administrative et que des produits ou services figurant dans des classes différentes peuvent être considérés comme similaires.

D'autres extraits de catalogues 'cora bricolage' ou 'cora' pour les années 2015, 2016 et 2017 (pièces 146.1 à 146.3) montrent par ailleurs que, sous la même mention que ci-dessus sont proposés des perceuses sans fil ou à percussion cora, des scies sauteuses cora, une fourche à bêcher cora, de l'outillage à main cora, un sécateur à crémaillère cora, un ébrancheur télescopique cora.

Il s'infère de l'ensemble de ces extraits de catalogues preuve d'une exploitation suffisamment sérieuse à titre de marque pour les 'Outils et instruments à main ; coutellerie ; fourchettes et cuillers', étant observé qu'aucun élément ne permet de supposer que les catalogues précités pourraient ne pas avoir été distribués, même si la société Coravin soutient que les éléments complémentaires, telles les factures d'achats de produits, versés au débat par la société Cora ne sont pas nécessairement pertinents ou probants. En effet ces catalogues montrent toutes sortes de produits, et pas seulement des produits de marque Cora, et aucun élément ne permet de douter de l'existence ni de la commercialisation de ces produits dont la présentation est insérée dans des prospectus en langue française destinés au marché français, annonçant des promotions ou attirant l'attention du public sur des magasins cora listés, situés en France métropolitaine, qui proposent lesdits produits aux prix indiqués pour une période d'offre déterminée.

Dès lors la demande en déchéance de la marque CORA pour les 'Outils et instruments à main ; coutellerie ; fourchettes et cuillers' ne saurait prospérer et elle sera rejetée.

Sur la renommée

La société Cota maintient que sa marque verbale Cora est renommée et bénéficie ainsi d'une protection au-delà du principe de spécialité.

Toutefois, une marque est renommée ou notoire si elle est connue d'une partie significative du public concerné pour les produits ou services couverts par cette marque, cette connaissance pouvant être établie par sondages. Le juge doit prendre en compte tous les éléments pertinents de la cause à savoir notamment ainsi qu'exactement rappelé par les premiers juges, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage, ainsi que l'importance des investissements réalisés pour la promouvoir.

Le tribunal a retenu que les éléments produits étaient insuffisants à justifier de la renommée de la marque Cora auprès du public concerné, relevant en particulier que le classement revendiqué de 2012 concernait les enseignes, que le sujet du baccalauréat professionnel 2010 ne portait que sur l'enseigne Cora, que le sondage de 2014 montrait que les personnes interrogées n'associent pas, dans leur très grande majorité, l'enseigne à la marque, qu'enfin il n'était pas démontré à suffisance que des dépenses de publicité ont été consacrées à la marque et non à l'enseigne.

Certes la société Cora est une société ancienne et connue comme exploitant des hypermarchés mais il ressort des pièces produites en première instance qu'en 2012 elle occupait, avec d'autres, la 61^e place sur 84 au titre des enseignes connues en France (pièce 54) et jouissait en février 2014 sur sa zone de chalandise représentant (selon sa pièce 55) 43% du territoire d'une forte notoriété (59% de réponses spontanées). Une nouvelle étude de notoriété d'avril 2018 (pièce 124), qu'elle produit en cause d'appel, montre que toujours sur sa zone de chalandise une personne sur 5 la cite spontanément parmi les marques d'hypermarchés/ supermarchés.

S'il peut être admis que la connaissance de l'enseigne Cora ou de son activité d'hypermarché/supermarché sur sa zone de chalandise ne peut qu'amener spontanément sa clientèle, limitée à moins de la moitié de la clientèle du territoire métropolitain, à comprendre que l'apposition sur partie des produits et services qu'elle propose dans le cadre de cette activité portant mention du signe éponyme 'cora' en identifie l'origine, il ne peut en être déduit que la marque Cora est notoirement connue en France par le public concerné par les produits et services commercialisés par ce type de distributeur,

La société Cora produit également des éléments sur son chiffre d'affaires, ou ses achats, en particulier pour les petits ustensiles de cuisine, mais il ressort de sa pièce 145 (article publié

le 14 décembre 2017, du magazine professionnel LSA) que l'enseigne ne détenait que 2,3% des parts de marché des distributeurs tandis que

son chiffre d'affaires la même année s'établissait à 4,69 milliards d'euros (selon sa pièce 127) et pour les petits ustensiles pour la cuisine et le ménage à un peu plus de 2,5 millions d'euros dont moins d'1,5 million pour ceux de marque Cora, étant précisé que les extraits de catalogues précédemment examinés montrent globalement que la société Cora ne commercialise pas majoritairement des produits de marque Cora.

Par ailleurs, si elle justifie de dépenses promotionnelles, aucun élément ne permet d'en apprécier l'importance au regard de celles engagées par d'autres sociétés exerçant comme elle une activité de vente au détail d'un hypermarché ou supermarché, étant observé que le consommateur est habitué aux actions publicitaires et aux catalogues ou prospectus promotionnels des distributeurs.

Il s'infère de l'ensemble de ces éléments que la preuve de la renommée de la marque n'est pas à suffisance rapportée et que les demandes pour atteinte à la renommée ne sauraient en conséquence prospérer. La décision dont appel sera en conséquence confirmée sur ce point.

Sur la contrefaçon

La société Cora conteste encore la décision entreprise en ce qu'elle n'a pas admis de risque de confusion entre le signe Coravin et sa marque verbale Cora.

Sur la comparaison des produits

Ainsi qu'exactly rappelé en première instance, pour apprécier la similarité des produits ou services il convient de tenir compte de tous les facteurs pertinents et notamment de leur nature, de leur destination, de leur utilisation, de leur caractère concurrent ou complémentaire.

Il n'est pas discuté que les produits à prendre en considération sont, d'une part, les produits précités, désignés dans la marque Cora, d'autre part, les produits commercialisés par la société Coravin sous cette dénomination.

Le dispositif Coravin, qui permet d'accéder au vin contenu dans une bouteille à l'aide d'une aiguille, qui peut s'analyser en un tire-vin ou un système de vin au verre, ne se résume certes pas en un tire-bouchon ou un ouvre-bouteille, quoique ayant pu être présenté comme un substitut du tire-bouchon, ou un tire-bouchon innovant.

Cet appareil, ainsi que sa gamme de consommables et d'accessoires tels les aiguilles, les capsules d'argon (gaz dont l'injection permet la conservation du vin après une première utilisation), les housses ou

support de bouteilles, bouchon à vis ou aérateur, s'adressent à une clientèle soucieuse de pouvoir déguster du vin contenu dans une bouteille tout en assurant sa conservation, ainsi qu'à utiliser et transporter ce système Coravin, ou protéger une bouteille de vin.

Il n'en demeure pas moins que le dispositif Coravin, qui permet à la fois de se servir d'un vin embouteillé et de conserver le vin restant dans la bouteille, peut par sa nature et ses fonctions être assimilé à un instrument à main, pouvant manuellement être utilisé par les professionnels dans le domaine du vin, et être considéré comme un petit ustensile pour la cuisine à l'instar de ses accessoires.

Tant l'instrument que ses accessoires sont par ailleurs susceptibles d'être distribués dans des lieux autres que ceux consacrés au domaine du vin. En effet si le système Coravin n'est pas couramment utilisé, s'adressant aux amateurs de vin, ceux-ci n'en constituent pas moins une fraction du grand public. Au demeurant, le degré de technologie du dispositif n'exclut pas qu'il est effectivement distribué dans de grandes enseignes partenaires (tel Darty ou Boulanger) commercialisant, entre autres, des appareils d'électroménager et de petits ustensiles pour la cuisine, ainsi qu'il en est justifié par les pièces produites au débat, et la société Coravin ne conteste pas être en relation avec une plateforme de vente (Amazon) à destination de tous types de clientèle. Ils ne relèvent ainsi pas de circuits de distribution sélectifs ou réellement distincts mais s'adressant à un public commun à celui des hypermarchés.

Enfin, il ne peut pas être considéré qu'un système permettant de prélever un verre de vin, comme ses accessoires, serait nécessairement sans rapport avec la cuisine, alors qu'il s'agit de produits au service du vin, lequel peut par nature accompagner un plat ou s'incorporer à sa préparation, même s'il a pu être relevé que cet outil mérite de faire le calcul pour les vins de moins de 20 euros (pièce 56 de la société Coravin).

Dès lors, il existe une identité ou une similitude entre les divers produits Coravin et les petits ustensiles pour la cuisine et les instruments à main désignés dans l'enregistrement de la marque verbale Cora.

Sur la comparaison des signes

Le signe contesté n'étant pas la reproduction à l'identique de la marque invoquée, faute de la reproduire sans modification ni ajout en tous les éléments la composant, il convient de rechercher s'il existe entre les signes en présence un risque de confusion, lequel comprend le risque d'association, qui doit être apprécié globalement à la lumière de tous les facteurs

pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des signes en cause, être fondée sur l'impression

d'ensemble par eux produite, en tenant compte notamment de leurs éléments distinctifs et dominants ainsi que rappelé par les premiers juges.

Il convient de comparer la marque telle qu'enregistrée avec le signe litigieux tel qu'il est exploité. À cet égard si le signe Coravin peut se présenter comme suit :

le terme coravin se trouve également parfois mentionné de manière isolée notamment sur une partie du dispositif Coravin et ainsi utilisé à titre de marque. Dès lors, il convient de prendre en compte, pour la comparaison des signes, non la représentation complexe incluant un logo distinctif, dominant au plan visuel, ou l'adjonction d'un slogan de nature à modifier l'appréciation de l'élément verbal du signe contesté, mais la seule dénomination 'Coravin', laquelle correspond également au nom commercial et aux noms de domaine de la société intimée.

Visuellement, chacun des deux signes en cause 'Cora' et 'Coravin' est composé d'un terme unique mais d'une longueur différente. La similitude tenant à la reprise en attaque dans le même ordre des quatre lettres formant la marque Cora est largement occultée au plan visuel dans le signe contesté par le fait qu'elles sont insérées dans un terme comportant trois lettres supplémentaires en finale.

Phonétiquement, malgré une identité des deux syllabes d'attaque 'co' et 'ra' l'adjonction d'une troisième syllabe 'vin' dans le signe Coravin modifie sensiblement la prononciation. La sonorité, en deux temps courts, ouverte en finale par le son 'ra' de la marque Cora disparaît en effet dans la prononciation plus longue en trois temps, avec une finale 'vin' plus fluide du signe contesté, sans rapport avec la précédente.

Intellectuellement, le public français concerné ne connaît pas forcément les définitions latines (pièce 39 de la société Coravin) des mots 'cora' et 'cor' signifiant respectivement jeune fille et cœur.

Le terme cora peut ainsi être perçu comme un nom sans signification particulière, même s'il peut directement renvoyer à un prénom féminin, évocation totalement inexistante dans le signe Coravin. Ce dernier sera compris comme formant un tout dénué de sens particulier, même si, vraisemblablement, en lien avec le vin compte tenu de la compréhension plus immédiate de cet élément pour des produits identiques ou similaires aux ustensiles pour la cuisine, que de l'élément 'ravin' bien que celui-ci ait également un sens en langue française.

Cette perception du signe Coravin, par ailleurs visuellement présenté sans césure, n'incitera pas le public concerné à comprendre le signe contesté en deux termes 'cora' et 'vin', soit en une déclinaison du terme Cora, mais renverra spontanément à la contraction de

l'expression 'cor à vin', usuelle tant en la forme que phonétiquement, même si le sens du mot 'cor' voulue par l'inventeur du système Coravin (selon l'extrait d'un article daté du 3 janvier 2016 traduit en page 67 des conclusions de la société Coravin) n'est pas nécessairement compris comme signifiant 'au cœur du vin' mais perçu comme un terme de fantaisie. Le signe Coravin sera bien, dès lors, retenu au plan conceptuel dans sa globalité distinctive.

Il s'infère en définitive de la comparaison visuelle, phonétique et intellectuelle des signes en présence une impression d'ensemble suffisamment différente pour exclure un risque de confusion, même pour des produits identiques ou similaires, dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne, normalement informé et raisonnablement avisé, lequel ne serait pas fondé à considérer la marque seconde comme une déclinaison de la marque première et attribuer aux produits couverts par la marque Cora en cause et à ceux exploités sous la dénomination Coravin une origine commune ni à les associer comme provenant d'entreprises économiquement liées.

Il sera ajouté que si un rapport d'étude en ligne d'avril 2016 (pièce 94 de la société Cora) montre que dans sa zone de chalandise 2/3 des répondants évoquent Cora comme lieu où l'on peut acheter les produits Coravin il n'en ressort pas pour autant que puisse exister un risque de confusion entre les signes, étant observé que la société Cora, même si elle dispose de références propres est connue comme un généraliste de la distribution qui commercialise toutes sortes de marques de produits y compris pour des ustensiles pour la cuisine ou des instruments à main.

Par ailleurs, les extraits des résultats du moteur de recherche Google montrent clairement que les liens Coravin sont distincts de ceux de Cora et qu'il n'existe aucun risque de confusion possible pour un internaute normalement attentif entre les annonces de la société Coravin et celles de foires au vin organisées par la société Cora, ni entre les sites internet coravin et cora ainsi que justement relevé par les premiers juges. Même si le site internet de la société Cora n'apparaît pas en première position en saisissant les deux termes 'cora' et 'vin', la copie d'écran la plus récente du 15 février 2018 (pièce 99) produite par cette société montre que sa foire aux vins demeure annoncée distinctement en première page.

Il ne peut dès lors être retenu une contrefaçon de la marque Cora par l'utilisation de la dénomination Coravin pour distinguer des produits ou services en cause, ni des noms de domaine internet permettant de les identifier, ni du nom commercial identifiant la société intimée auprès de la clientèle.

L'ensemble des demandes pour contrefaçon de marque seront donc rejetées, le jugement étant également confirmé sur ce point.

Sur l'atteinte à la dénomination sociale et au nom commercial

La société Cora soutient qu'il existerait un risque de confusion entre sa dénomination sociale et son nom commercial et le signe Coravin. Les premiers juges ont justement rappelé qu'il convient d'apprécier l'existence d'une faute de la société Coravin.

Si l'enseigne du commerce Cora, qui correspond à son nom commercial et à sa dénomination sociale, est connue en France dans la grande distribution, laquelle inclut la vente, outre les produits invoqués au titre de la contrefaçon de marque, notamment celle de vins de divers producteurs, y compris des grands crus (ainsi qu'il ressort en particulier de sa pièce 4), et si la société Cora organise, à l'instar d'autres distributeurs, des foires aux vins, il ne peut pour autant en être déduit, qu'il existe un risque de confusion avec la dénomination Coravin alors que l'existence d'un tel risque doit être démontré.

En l'espèce, la société Coravin exerce son activité commerciale sous le nom qu'elle a par ailleurs donné à ses produits ainsi qu'à ses noms de domaine, et comme ci-dessus retenu il n'existe aucun risque de confusion entre les signes en cause y compris pour des produits identiques, étant précisé qu'il n'est pas contesté que la société Coravin ne commercialise pas de vins.

Même si elle a élargi la distribution de ses produits et partant le public auquel elle s'adresse, ainsi que précédemment relevé, aucun élément ne permet de considérer qu'elle tirerait un quelconque profit ou avantage de la connaissance du nom commercial ou de la dénomination sociale de la société Cora, ni qu'elle empêcherait cette dernière de la possibilité d'exploiter sa marque dans le domaine du vin.

Il ressort au contraire des pièces produites, notamment par la société Cora (telles les pièces 10, 13, 15, 105, 128) que la société Coravin s'est clairement fait connaître en France comme une société innovante dont la dénomination, comme les noms de domaine, correspondent au nom donné à son dispositif et ses accessoires qu'elle a toujours présentés comme le fruit de ses propres recherches.

En réalité, il ne résulte d'aucun élément que la société Coravin porte atteinte à la dénomination sociale ni au nom commercial de la société Cora et aucune des demandes formées à ce titre ne peut en conséquence prospérer.

La décision entreprise sera dès lors confirmée en ce qu'elle a rejeté ce chef de demande.

Il n'y a donc lieu ni à mesure d'interdiction, ni à rappel ou destruction de produits, ni à transfert de noms de domaine, ni à condamnation à paiement à titre de réparation.

Sur la marque Cora Wine

La société Coravin prétend que le dépôt par la société Delfipar le 26 novembre 2014 de la marque française susvisée 'cora Wine' enregistrée le 7 mai 2015 est frauduleux, faisant valoir que ce signe est proche de son nom commercial et du signe verbal Coravin qu'elle a enregistré le 25 avril 2013 à titre de marque de l'UE et ne tend qu'à l'empêcher de diffuser le système Coravin.

Il n'est pas discuté que celui qui se prétend victime d'une fraude doit justifier que le dépôt a été fait dans la seule intention de lui nuire pour le priver ou entraver son activité et qu'il ne poursuit ainsi pas un but légitime au regard des fonctions de la marque.

Il ressort des pièces produites que la société Delfipar n'ignorait pas l'activité de la société Coravin, ni la commercialisation du produit éponyme en France, préalablement au dépôt contesté, et que celui-ci a été effectué alors que la société Cora, qui dépend du groupe Delfipar, entendait s'opposer à l'acquisition de droits et à l'exploitation du signe Coravin.

Le dépôt litigieux concerne notamment les « bouchons-verseurs pour le vin », identiques ou similaires aux produits exploités par la société Coravin, mais également des produits tels le service de ventes au détail de vin qui ne ressorti aucunement à l'activité de la société Coravin comme précédemment relevé.

Si le déposant savait nécessairement qu'au plan conceptuel les deux signes peuvent facilement évoquer pour le public français le domaine du vin, visuellement le signe Coravin est constitué d'un seul terme à la différence de 'cora Wine' qui met en exergue le terme Cora placé en gros caractères au-dessus du terme second Wine lequel apparaît dans une police plus fine et de moindre taille dans une couleur (rouge) et calligraphie très différentes, et phonétiquement l'attention du public français est attirée à raison de l'élément final 'Wine' sur la sonorité étrangère, caractéristique dominante de 'cora Wine', totalement inexistante dans le signe Coravin.

Il ne peut dès lors en être déduit la recherche d'un risque de confusion ni d'association et il n'est nullement établi que le signe 'cora Wine' est indispensable à l'exercice de l'activité de la société Coravin, ni au demeurant que cette dernière a pu entendre en faire usage.

Par ailleurs, il n'est pas sérieusement contesté que la société de droit belge Delfipar qui exploite des hypermarchés Cora notamment en Belgique, vend comme la société française Cora des produits liés au

vin depuis de nombreuses années, ni, qu'antérieurement au dépôt contesté, la marque Cora était déjà enregistrée sous diverses déclinaisons (telles Cora N B en 2011, Cora finances en 2002 ou Cora photos en 2004), ce dépôt relevant ainsi de la continuité du développement commercial du groupe et de son portefeuille de marques.

Il ne peut dès lors être reproché à la société Delfipar d'avoir entendu déposer un signe permettant d'exploiter la marque Cora en association avec un nom évocateur d'une gamme de produits, que le groupe commercialise de longue date et qui représente une partie de son activité dans la grande distribution, étant observé que si les premiers juges ont pu relever que le dépôt litigieux, incontestablement effectué pour couvrir, sous la marque Cora, divers produits en lien avec le vin, y compris des appareils et accessoires, s'inscrit dans une stratégie commerciale offensive, cette dernière n'est pas nécessairement fautive.

En définitive, il n'est pas établi que le dépôt de la marque Cora Wine contesté traduit la seule intention de nuire ou d'entraver l'activité économique de la société Coravin. Il n'y a donc pas lieu à annulation de ladite marque, ni à transcription, ni à condamnation à paiement, ni à publication à ce titre et le jugement dont appel sera confirmé en ce qu'il déboute la société Coravin de ce chef.

Sur l'abus de procédure

La société Coravin reproche aux sociétés Cora et Delfipar un acharnement procédural.

Le tribunal a pertinemment rappelé qu'il ne lui appartient pas de statuer sur l'abus d'agir en justice dans le cadre de procédures engagées à l'étranger ou devant l'Office de l'UE pour la propriété intellectuelle (OUEPI) et que l'exercice d'une action en justice ne dégénère en abus qu'en cas de faute susceptible d'engager la responsabilité civile de son auteur.

Il a justement retenu que les sociétés Cora et Delfipar ont pu se méprendre sur l'étendue de leurs droits lors de l'introduction de l'instance. Par ailleurs le simple fait pour ces sociétés d'avoir maintenu une procédure, puis interjeté appel d'une décision défavorable, alors qu'elles ont succombé sur d'autres actions, notamment devant le juge de la mise en état, ou devant cette cour dans le cadre d'une action concernant une autre marque Cora, ne saurait à lui seul caractériser une telle faute.

Il n'est dès lors pas établi que l'action des sociétés Cora et Delfipar a revêtu un caractère abusif qui ouvrirait droit à indemnité compensatoire pour des contentieux introduits entre 2015 et 2017 (en Belgique, devant l'OUEPI ou en France) ni pour le maintien de

procédures contentieuses. Il n'y a pas plus lieu à amende civile pour la procédure de première instance ni pour celle d'appel.

Il convient donc de confirmer le jugement entrepris et de rejeter les demandes de la société Coravin de ces chefs.

PAR CES MOTIFS.

Confirme la décision entreprise en toutes ses dispositions ;

Y ajoutant,

Rejette toutes autres demandes des parties contraires à la motivation ; Condamne les sociétés Cora et Louis D Financière et de Participation aux dépens d'appel qui pourront être recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile, et, vu l'article 700 dudit code, rejette les demandes formées à ce titre par ces sociétés ainsi que par la société Coravin pour leurs frais irrépétibles d'appel.