ARRÊT DE LA COUR (cinquième chambre)
28 janvier 1999 *

Dans l'affaire C-303/97,

ayant pour objet une demande adressée à la Cour, en application de l'article 177 du traité CE, par le Bundesgerichtshof (Allemagne) et tendant à obtenir, dans le litige pendant devant cette juridiction entre

Verbraucherschutzverein eV

et

Sektkellerei G. C. Kessler GmbH und Co.,

une décision à titre préjudiciel sur l'interprétation de l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement (CEE) n° 2333/92 du Conseil, du 13 juillet 1992, établissant les règles générales pour la désignation et la présentation des vins mousseux et des vins mousseux gazéifiés (JO L 231, p. 9),

LA COUR (cinquième chambre),

composée de MM. J.-P. Puissochet, président de chambre, J. C. Moitinho de Almeida, C. Gulmann, D. A. O. Edward et M. Wathelet (rapporteur), juges,

* Langue de procédure: l'allemand.

avocat général: M. N. Fennelly,
greffier: M^me D. Louterman-Hubeau, administrateur principal,

considérant les observations écrites présentées:

— pour Verbraucherschutzverein eV, par M. N. Reich, professeur à l'université de Brême,

— pour Sektkellerei G. C. Kessler GmbH und Co., par M^e K. Bauer, avocat à Cologne,

— pour le gouvernement allemand, par M. E. Röder, Ministerialrat au ministère fédéral de l'Économie, en qualité d'agent,

— pour le gouvernement français, par M. F. Pascal, attaché d'administration centrale à la direction des affaires juridiques du ministère des Affaires étrangères, et M^me K. Rispal-Bellanger, sous-directeur à la même direction, en qualité d'agents,

— pour la Commission des Communautés européennes, par M. K.-D. Borchardt, membre du service juridique, en qualité d'agent,

vu le rapport d'audience,

ayant entendu les observations orales de Verbraucherschutzverein eV, représentée par M. N. Reich, de Sektkellerei G. C. Kessler GmbH und Co., représentée par M^e K. Bauer, du gouvernement français, représenté par M^me C. Vasak, secrétaire adjoint à la direction des affaires juridiques du ministère des Affaires étrangères, en qualité d'agent, et de la Commission, représentée par M. K.-D. Borchardt, à l'audience du 9 juillet 1998,

ayant entendu l'avocat général en ses conclusions à l'audience du 29 septembre 1998,

rend le présent

Arrêt

1 Par ordonnance du 26 juin 1997, parvenue à la Cour le 25 août suivant, le Bundesgerichtshof a posé, en vertu de l'article 177 du traité CE, deux questions préjudicielles sur l'interprétation de l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement (CEE) n° 2333/92 du Conseil, du 13 juillet 1992, établissant les règles générales pour la désignation et la présentation des vins mousseux et des vins mousseux gazéifiés (JO L 231, p. 9).

2 Ces questions ont été soulevées dans le cadre d'un litige opposant Verbraucherschutzverein eV (ci-après « Verbraucherschutzverein »), association de protection des consommateurs, à Sektkellerei G. C. Kessler GmbH und Co. (ci-après « Kessler ») à propos de l'utilisation de la désignation « Hochgewächs » sur l'étiquette des bouteilles de Sekt (vin mousseux) commercialisées par cette dernière.

Le droit communautaire

3 Le règlement (CEE) n° 2392/89 du Conseil, du 24 juillet 1989, établit les règles générales pour la désignation et la présentation des vins et des moûts de raisins (JO L 232, p. 13).

4 Son article 11, paragraphe 1, énumère les indications descriptives qui doivent apparaître sur l'étiquetage des vins de qualité produits dans des régions déterminées (ci-après les « v.q.p.r.d. »). Il est précisé, au paragraphe 2, sous c), que, pour ces vins, cette désignation

« peut être complétée par l'indication:

...

c) d'une marque dans les conditions prévues à l'article 40;

...

k) de précisions concernant:

— le mode d'élaboration,

— le type de produit,

— une couleur particulière du v.q.p.r.d.

pour autant que ces indications soient définies par des dispositions communautaires ou par l'État membre producteur. Toutefois, l'utilisation de telles indications peut être interdite pour la désignation de v.q.p.r.d. issus d'une région déterminée où elle n'est pas traditionnelle et d'usage;

... »

5 Il ressort de l'article 40, paragraphe 2, du règlement n° 2392/89 que la marque ne doit pas être de nature à créer des confusions ou à induire le consommateur en erreur.

6 Conformément à l'article 11, paragraphe 2, sous k), du règlement n° 2392/89, l'article 14, paragraphe 3, sous a), du règlement (CEE) n° 3201/90 de la Commission, du 16 octobre 1990, portant modalités d'application pour la désignation et la présentation des vins et des moûts de raisins (JO L 309, p. 1), dispose que la précision « Riesling-Hochgewächs » peut notamment être utilisée pour la désignation d'un v.q.p.r.d. allemand.

7 La désignation et la présentation des vins mousseux et des vins mousseux gazéifiés font l'objet de dispositions spécifiques contenues dans le règlement n° 2333/92.

8 L'article 3 de ce règlement précise les indications obligatoires qui doivent apparaître sur l'étiquetage des bouteilles de mousseux ou de vin mousseux gazéifié.

9 En vertu de l'article 4, paragraphe 1, premier tiret, du règlement n° 2333/92, ces informations peuvent être complétées par d'autres indications pour autant « qu'elles ne soient pas susceptibles de créer un risque de confusion dans l'esprit des personnes auxquelles ces informations s'adressent ».

10 A cet égard, il ressort du huitième considérant que

« ... afin de faciliter le commerce desdits produits, il convient de laisser aux intéressés le choix des indications facultatives qu'ils souhaitent utiliser et de ne pas établir de liste exhaustive; que ce choix doit toutefois se limiter à des indications qui ne soient pas fausses et ne créent pas de risque de confusion dans l'esprit du consommateur final ou d'autres personnes auxquelles elles s'adressent ».

11 L'article 6 du règlement n° 2333/92 autorise la mention sur l'étiquette de divers types d'indications facultatives. Son paragraphe 8, en particulier, prévoit:

« L'indication d'une mention relative à une qualité supérieure n'est admise que pour un:

— v.m.q.p.r.d.,

— vin mousseux de qualité

... »

12 Aux termes de l'article 13 du règlement n° 2333/92,

« 1. La désignation et la présentation de produits visés à l'article 1er paragraphe 1 ainsi que toute publicité relative auxdits produits ne doivent pas être erronées et de nature à créer des confusions ou à induire en erreur les personnes auxquelles elles s'adressent...

2. Lorsque la désignation, la présentation et la publicité se référant aux produits visés à l'article 1er paragraphe 1 sont complétées par des marques, celles-ci ne peuvent pas contenir des mots, parties de mots, signes ou illustrations qui soient:

a) de nature à créer des confusions ou à induire en erreur les personnes auxquelles elles s'adressent au sens du paragraphe 1

ou

b) susceptibles d'être confondues avec tout ou partie de la désignation d'un vin de table, d'un vin de qualité produit dans une région déterminée, y compris un v.m.q.p.r.d., ou d'un vin importé dont la désignation est réglée par des dispositions communautaires, ou avec la désignation d'un autre produit visé à l'article 1er paragraphe 1, ou qui soient identiques avec la désignation d'un tel produit sans que les produits utilisés pour la constitution de la cuvée du vin mousseux aient droit à une telle désignation ou présentation.

3. Par dérogation au paragraphe 2 point b), le titulaire d'une marque notoire et enregistrée pour un produit visé à l'article 1er paragraphe 1 qui contient des mots identiques au nom d'une région déterminée, ou au nom d'une unité géographique plus restreinte qu'une région déterminée, peut, même s'il n'a pas droit à ce nom en

vertu du paragraphe 2, continuer l'usage de cette marque lorsqu'elle correspond à l'identité de son titulaire originaire ou du prête-nom originaire, pourvu que l'enregistrement de la marque ait été effectué au moins 25 ans avant la reconnaissance officielle du nom géographique en question par l'État membre producteur conformément à l'article 1er paragraphe 3 du règlement (CEE) n° 823/87 pour ce qui concerne les v.q.p.r.d. et que la marque ait effectivement été utilisée sans interruption.

Les marques qui remplissent les conditions du premier alinéa ne peuvent pas être opposées à l'usage des noms des unités géographiques utilisés pour la désignation d'un v.q.p.r.d. »

13 Le dix-huitième considérant précise, dans ce contexte, que, dans le but d'établir les conditions d'une concurrence loyale entre les différents vins mousseux gazéifiés, il y a lieu

« d'interdire, dans la désignation ou la présentation de ces vins, les éléments susceptibles de créer des confusions ou des opinions erronées dans l'esprit des personnes auxquelles elles s'adressent; qu'il convient, notamment, de prévoir des interdictions semblables pour les marques utilisées pour la désignation des vins mousseux ou des vins mousseux gazéifiés ».

Le litige au principal

14 Kessler élabore du Sekt à partir de vin d'origine française issu du cépage « Chardonnay » et le commercialise, depuis une soixantaine d'années, sous la désignation « Kessler Hochgewächs », protégée, en Allemagne, en tant que marque depuis le 7 juin 1950.

15 Depuis 1986, la dénomination « Riesling Hochgewächs » est protégée en Allemagne et désigne, en application de l'article 8 a de la Weinordnung (règlement sur le vin, ci-après la « WeinVO ») — devenu, en 1995, l'article 34 de la WeinVO (*BGBl* I, p. 630) —, un vin blanc répondant à certains critères de qualité et élaboré exclusivement à partir de raisins du cépage « Riesling ». Aux termes de cet article,

« Un vin blanc ne peut être désigné par la mention 'Riesling-Hochgewächs' que s'il est élaboré exclusivement à partir de raisins du cépage Riesling, le moût obtenu à partir de ces raisins ayant un titre alcoométrique naturel supérieur au moins de 1,5 %, vol. du titre alcoométrique naturel minimal fixé pour la région de production déterminée ou la partie de celle-ci dans laquelle les raisins ont été récoltés, et s'il a obtenu une note de qualité d'au moins 3,0 lors du contrôle de qualité officiel ».

16 Verbraucherschutzverein a saisi le Landgericht afin qu'il soit interdit à Kessler de continuer à commercialiser ses mousseux sous la désignation « Hochgewächs », au motif qu'elle était de nature à amener le consommateur à croire, à tort, que ce vin a été élaboré à partir de « Riesling » et que, partant, elle était contraire à l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92, ainsi qu'à certaines dispositions du Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (loi allemande contre la concurrence déloyale).

17 Devant le Landgericht, Kessler a soutenu, au contraire, qu'il était exclu que le consommateur puisse être induit en erreur, car, d'une part, elle n'utiliserait pas l'ensemble de la dénomination « Riesling Hochgewächs » et, d'autre part, le consommateur ne déduirait pas de la désignation d'un mousseux l'identité du vin de base utilisé. A titre subsidiaire, Kessler a fait valoir qu'elle s'était constitué un droit acquis en ce qui concerne la désignation « Kessler Hochgewächs », du fait de l'utilisation de celle-ci comme marque protégée en Allemagne depuis 1950, et que l'interprétation du règlement n° 2333/92 ne pourrait avoir pour conséquence de porter atteinte à ce droit de marque.

18 Le Landgericht a rejeté la demande de Verbraucherschutzverein qui a interjeté appel devant l'Oberlandesgericht Köln. Ce dernier a rejeté à son tour le recours au motif que, bien qu'il soit tout à fait concevable qu'une partie non négligeable des consommateurs ait l'impression que le vin utilisé pour la fabrication de la cuvée est conforme aux critères relatifs au cépage et à la qualité d'un vin « Riesling Hochgewächs » au sens de la WeinVo, seuls les consommateurs connaissant la dénomination « Riesling-Hochgewächs » en matière de vins peuvent être induits en erreur et que, de toute façon, Verbraucherschutzverein n'avait pas fourni la preuve qu'une partie non négligeable de ces consommateurs ait été induite en erreur. Or, selon la juridiction d'appel, pour l'application de l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92, il convenait non seulement de constater que l'identité du terme « Hochgewächs », figurant sur l'étiquette de bouteilles de vin mousseux, avec une partie de la désignation d'un autre vin élaboré selon des critères différents, pouvait en elle-même entraîner un risque de confusion (« abstrakte Verwechslungs-bzw. Irreführungsgefahr »), mais également de démontrer que ce terme était réellement de nature à induire les consommateurs en erreur (« konkrete Verwechslungs-bzw. Irreführungsgefahr »).

19 Saisi par Verbraucherschutzverein d'un pourvoi en « Revision », le Bundesgerichtshof exprime des doutes quant à l'interprétation de l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92. Pour la juridiction de renvoi, la question que soulève le litige au principal est celle de savoir si l'interdiction d'utiliser certaines marques, établie par cette disposition, suppose un simple risque de confusion, sans qu'il doive être démontré que l'indication utilisée est réellement de nature à induire en erreur les consommateurs et à affecter, de ce fait, leur comportement économique.

20 A cet égard, le Bundesgerichtshof se demande en particulier si l'emploi alternatif des expressions « créer des confusions » et « induire en erreur » aux paragraphes 1 et 2, sous a), de l'article 13, alors que le paragraphe 2, sous b), du même article ne vise que le point de savoir si les désignations en question sont « susceptibles d'être confondues », pourrait indiquer que, dans les deux premières hypothèses, l'interdiction présuppose la preuve du risque que les personnes soient effectivement induites en erreur, alors que, dans l'hypothèse couverte par l'article 13, paragraphe 2, sous b), il suffirait de constater que les dénominations en présence sont elles-mêmes « susceptibles » d'être confondues.

21 La juridiction de renvoi s'interroge également, pour le cas où cette dernière interprétation serait retenue, sur la légalité de l'atteinte au droit de propriété intellectuelle qui en découlerait, au regard de la protection des droits fondamentaux.

22 Dans ces conditions, le Bundesgerichtshof a décidé de surseoir à statuer pour poser à la Cour les questions suivantes:

« 1) Suffit-il, pour que l'interdiction visée à l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement précité soit applicable, que l'on constate qu'un terme de la marque utilisée pour désigner le vin mousseux (en l'espèce: Hochgewächs) est susceptible d'être confondu avec une partie de la désignation d'un vin (non utilisé) pour la constitution de la cuvée du vin mousseux (en l'espèce: Riesling-Hochgewächs), même si l'on ne constate ni des conceptions erronées, influant sur l'achat, d'une partie non négligeable des consommateurs sur la composition de la cuvée ni une intention de tromper de la part du titulaire de la marque?

2) Au cas où la première question appellerait une réponse affirmative, la propriété industrielle que le titulaire de la marque a acquise sur le territoire national du fait de l'utilisation traditionnelle et paisible de son signe peut-elle s'opposer, en tant qu'intérêt supérieur digne de protection, à l'application de l'interdiction relative à la désignation visée à l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement précité? »

Sur la première question

23 L'article 13, paragraphe 2, du règlement n° 2333/92 dispose que les marques, complétant la désignation, la présentation ou la publicité d'un vin mousseux ne peuvent pas contenir, notamment, des mots qui soient de nature à créer des confusions ou à induire en erreur les personnes auxquelles elles s'adressent [sous a)]

ou qui soient susceptibles d'être confondus avec tout ou partie de la désignation, notamment, d'un v.q.p.r.d. dont la désignation est réglée par des dispositions communautaires ou encore qui soient identiques à la désignation d'un tel vin « sans que les produits utilisés pour la constitution de la cuvée du vin mousseux en question aient droit à une telle désignation ou présentation » [sous b)].

24 Selon le gouvernement français, le droit communautaire ne prévoit pas que la preuve de la confusion doit être apportée dans les cas où une marque comporte des termes faisant partie d'une dénomination réservée à la présentation de certains vins. En effet, le droit communautaire accorderait une protection objective aux dénominations qu'il énumère, en leur réservant l'exclusivité de la présentation des vins à la vente. Ainsi, le législateur communautaire n'aurait pas posé de conditions portant sur la preuve d'une confusion effective dans l'esprit des acheteurs avec une mention réservée à la présentation de certains vins lorsque, comme en l'espèce au principal, le produit comporte un terme identique à celui figurant dans une telle mention.

25 De même, Verbraucherschutzverein estime que la réglementation communautaire n'exige pas la preuve qu'une confusion ait réellement eu lieu. Le risque abstrait de tromperie suffirait, indépendamment des effets engendrés par l'utilisation de la marque sur un groupe déterminé de consommateurs.

26 A l'appui de son interprétation, Verbraucherschutzverein fait valoir que, dans l'arrêt du 25 février 1981, Weigand (56/80, Rec. p. 583), qui concernait le règlement (CEE) n° 355/79 du Conseil, du 5 février 1979, établissant les règles générales pour la désignation et la présentation des vins et des moûts de raisins (JO L 54, p. 99), la Cour aurait retenu une conception abstraite de l'interdiction d'indications susceptibles de prêter à confusion, compte tenu des objectifs spécifiques de l'organisation du marché en cause. Seule cette conception serait de nature à garantir une application uniforme du droit communautaire, qui ne serait pas fonction des perceptions forcément divergentes des consommateurs des différents États membres.

27 Il convient d'abord de constater que la marque « Kessler Hochgewächs » n'est pas identique à la désignation « Riesling Hochgewächs », de telle sorte que l'on ne se trouve pas dans l'hypothèse visée par la seconde branche de l'alternative contenue à l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92 laquelle concerne une usurpation de la désignation réservée, comme telle, à certains vins par la réglementation communautaire.

28 En se plaçant ainsi dans l'hypothèse de la première branche de l'alternative contenue à l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92, il importe de se demander, à l'instar de la juridiction de renvoi, s'il suffit de constater qu'une marque qui contient un mot figurant dans la désignation de l'un des produits mentionnés dans cette disposition est, en elle-même, susceptible d'être confondue avec cette dernière désignation, ou s'il convient également d'établir que l'utilisation de cette marque risque, en fait, de provoquer, dans l'esprit des consommateurs concernés, des conceptions erronées sur la composition de la cuvée susceptibles d'influencer leur comportement économique.

29 A cet égard, il convient d'abord d'observer que l'utilisation de mentions relatives à la qualité supérieure est expressément autorisée par l'article 6, paragraphe 8, du règlement n° 2333/92 pour certains vins et, notamment, les « vins mousseux de qualité ».

30 De telles mentions, si elles sont susceptibles de créer des confusions dans l'esprit des consommateurs, relèvent de l'interdiction spécifique établie par l'article 13, paragraphe 2, du règlement n° 2333/92 lorsqu'elles constituent une marque protégée, alors que, dans les autres cas, elles relèvent de l'interdiction générale établie par les articles 4, paragraphe 1, et 13, paragraphe 1. Or, rien ne permet d'affirmer que le législateur communautaire ait entendu fixer des critères d'appréciation différents de la notion de confusion selon que la mention constitue ou non une

marque protégée, et ce d'autant plus que l'article 13, paragraphe 1, et l'article 13, paragraphe 2, sous a), utilisent, selon les versions linguistiques, soit la même expression « de nature à créer des confusions ou à induire en erreur », soit des expressions substantiellement identiques.

31 Il est vrai que le législateur communautaire a visé, à l'article 13, paragraphe 2, du règlement n° 2333/92, deux types distincts de risques de confusion découlant de l'utilisation de marques destinées à compléter la désignation, la présentation ou la publicité d'un vin mousseux. Mais cette distinction, permettant de mettre en évidence, sous la lettre b), les risques spécifiques de confusion touchant aux caractéristiques du vin de base utilisé pour l'élaboration de la cuvée, ainsi que le cas particulier d'une marque qui serait identique à une désignation protégée, ne corrobore pas pour autant l'interprétation selon laquelle le législateur communautaire aurait attribué un sens différent aux expressions « de nature à créer des confusions ou à induire en erreur » et « susceptibles d'être confondues » contenues respectivement aux lettres a) et b) de l'article 13, paragraphe 2.

32 De plus, ainsi que le relèvent la Commission et le gouvernement allemand, en autorisant l'utilisation des marques pour compléter la désignation, la présentation et la publicité des vins mousseux, le législateur communautaire a nécessairement voulu opérer une pondération des intérêts entre, d'une part, la protection des consommateurs et, en particulier, le droit à ne pas être induit en erreur sur les qualités intrinsèques d'un produit et, d'autre part, la protection des droits de propriété intellectuelle et, en particulier, l'intérêt légitime des titulaires d'une marque à la voir utilisée et exploitée dans le commerce. Il serait gravement porté atteinte à cette pondération si un simple risque de confusion, relevé sans même que ne soient prises en considération les conceptions ou habitudes des consommateurs visés, suffisait à empêcher l'utilisation d'une dénomination protégée en tant que marque.

33 Enfin, dans l'arrêt du 29 juin 1995, Langguth (C-456/93, Rec. p. I-1737), relatif à l'article 40 du règlement n° 2392/89, dont le libellé est presque identique à celui de l'article 13 du règlement n° 2333/92, la Cour a jugé, au point 28, que l'on ne saurait

considérer qu'une marque, du fait qu'elle est présentée de manière accrocheuse, est de nature à créer des confusions ou à induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse, et ce même si elle contient un mot désigné par la réglementation en cause comme une indication susceptible d'être utilisée dans la dénomination d'un v.q.p.r.d. La Cour a ajouté, au point 29, que le libellé de l'article 40 du règlement n° 2392/89 montre que le but de cette disposition est principalement d'interdire l'utilisation mensongère des marques. Il ressort de cet arrêt que, pour que l'utilisation d'une marque puisse être considérée comme de nature à créer des confusions ou à induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse, il convient d'établir, au regard des conceptions ou habitudes des consommateurs visés, l'existence d'un risque réel que leur comportement économique soit affecté.

34 Contrairement à ce que soutient Verbraucherschutzverein, l'arrêt Weigand, précité, ne contredit pas l'interprétation retenue, dès lors qu'il n'en ressort pas que le risque de confusion, au sens des dispositions visées par cet arrêt, pourrait être constaté sans se référer aux conceptions ou habitudes des consommateurs visés.

35 Par ailleurs, Verbraucherschutzverein ne saurait objecter que l'interprétation ainsi retenue entraînerait un coût considérable en temps et en argent en ce qu'elle exigerait, pour l'application de l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92, le recours à un sondage auprès d'un échantillon représentatif de consommateurs ou à une expertise, ce qui aboutirait, en pratique, à un déni de protection juridique et viderait de son contenu l'interdiction prévue par la disposition susvisée.

36 En effet, ainsi que la Cour l'a jugé à plusieurs reprises à propos de dispositions analogues à celles contenues à l'article 13 du règlement n° 2333/92, destinées à éviter toute tromperie du consommateur et figurant dans un certain nombre d'actes de droit dérivé de portée générale ou sectorielle, il incombe à la juridiction nationale d'apprécier le caractère éventuellement trompeur d'une dénomination, d'une marque ou d'une indication publicitaire (voir, notamment, arrêts du 17 mars 1983, De Kikvorsch, 94/82, Rec. p. 947; du 26 novembre 1996, Graffione, C-313/94, Rec. p. I-6039; du 16 janvier 1992, X, C-373/90, Rec. p. I-131, points 15 et 16, et

du 16 juillet 1998, Gut Springenheide et Tusky, C-210/96, Rec. p. I-4657). Il lui incombe, en l'occurrence, de vérifier au vu des circonstances si, compte tenu des consommateurs auxquels elle s'adresse, une marque ou ses composantes sont susceptibles d'être confondues avec tout ou partie de la désignation de certains vins. A cet effet, il ressort également de la jurisprudence de la Cour que la juridiction nationale doit prendre en considération l'attente présumée d'un consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (arrêt Gut Springenheide et Tusky, précité, points 31 et 32).

37 Ce n'est que s'il éprouvait des difficultés particulières pour évaluer le caractère trompeur de la marque que, en l'absence de toute disposition communautaire en la matière, il appartiendrait au juge national d'apprécier s'il convient, dans les conditions prévues par son droit national, de décider des mesures d'instruction telles qu'une expertise ou un sondage d'opinion destinées à éclairer son jugement (voir arrêt Gut Springenheide et Tusky, précité, points 35 à 37) et, le cas échéant, d'adopter des mesures provisoires.

38 Compte tenu de l'ensemble des considérations qui précèdent, il y a lieu de répondre à la première question que l'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement n° 2333/92 doit être interprété en ce sens que, pour que l'interdiction établie par cette disposition soit appliquée, il ne suffit pas de constater qu'une marque qui contient un mot figurant dans la désignation de l'un des produits mentionnés dans cette disposition est, en elle-même, susceptible d'être confondue avec cette dernière désignation. Il s'impose, en outre, d'établir que l'utilisation de la marque est en fait de nature à induire en erreur les consommateurs concernés et, par conséquent, à affecter leur comportement économique. A cet égard, il incombe au juge national de se référer à l'attente présumée relative à cette indication d'un consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

Sur la seconde question

39 Compte tenu de la réponse négative apportée à la première question, la seconde question est sans objet.

Sur les dépens

40 Les frais exposés par les gouvernements allemand et français, ainsi que par la Commission, qui ont soumis des observations à la Cour, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement. La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction nationale, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens.

Par ces motifs,

LA COUR (cinquième chambre),

statuant sur les questions à elle soumises par le Bundesgerichtshof, par ordonnance du 26 juin 1997, dit pour droit:

L'article 13, paragraphe 2, sous b), du règlement (CEE) n° 2333/92 du Conseil, du 13 juillet 1992, établissant les règles générales pour la désignation et la présentation des vins mousseux et des vins mousseux gazéifiés, doit être

interprété en ce sens que, pour que l'interdiction établie par cette disposition soit appliquée, il ne suffit pas de constater qu'une marque qui contient un mot figurant dans la désignation de l'un des produits mentionnés dans cette disposition est, en elle-même, susceptible d'être confondue avec cette dernière désignation. Il s'impose, en outre, d'établir que l'utilisation de la marque est en fait de nature à induire en erreur les consommateurs concernés et, par conséquent, à affecter leur comportement économique. A cet égard, il incombe au juge national de se référer à l'attente présumée relative à cette indication d'un consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

Puissochet Moitinho de Almeida Gulmann

Edward Wathelet

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 28 janvier 1999.

Le greffier

R. Grass

Le président de la cinquième chambre

J.-P. Puissochet