

# EGYP - Information

## La marque « Crédit Mutuel » au cœur d'un conflit intra-groupe

Le caractère distinctif de la marque de l'Union européenne « Crédit Mutuel » a été confirmé par la Cinquième Chambre de recours de l'EUIPO le 15 novembre dernier. Cette décision constitue une victoire de la Confédération Nationale du Crédit Mutuel (CNCM) dans la guerre juridique livrée par le Crédit Mutuel ARKEA à l'encontre de la marque ombrelle du groupe Crédit Mutuel dont la CNCM est l'organe central et qui s'inscrit dans un contentieux complexe.

Contestée pour défaut de caractère distinctif devant l'EUIPO, les arguments de la CNCM tendant à démontrer le caractère distinctif intrinsèque de sa marque ont été entendus concernant une partie de son libellé et notamment les services d'assurance. Mais surtout, la Chambre de recours se prononce sur l'usage de la marque par des tiers et sur la question de l'incidence d'une situation de concurrence invoquée par la demanderesse dans l'appréciation de la notion d'entreprise utilisée en droit des marques pour définir la fonction essentielle de garantie d'origine.

La Chambre de recours précise à juste titre que la situation de concurrence dans le groupe Crédit Mutuel est indifférente dans la mesure où l'ensemble Crédit Mutuel ne désigne pas deux groupes autonomes et concurrents, mais un groupe chapeauté par la CNCM auquel adhèrent des groupes autonomes et concurrents (§ 88). Ainsi, il apparaît que dans un même groupe la situation de concurrence est sans incidence sur la définition de l'entreprise. Cette décision est justifiée par le fait que c'est à l'aune de la perception qu'a le public concerné de la marque que se définit sa fonction de garantie d'origine. En effet, la société ARKEA soutenait que la marque pour être distinctive doit permettre au public d'identifier le produit ou le service qu'elle couvre comme provenant d'une entreprise déterminée et donc de distinguer ce produit ou service de ceux d'autres entreprises. Or, elle tirait de cela que l'« *entreprise déterminée* » devait correspondre nécessairement à une seule entité économique alors que ce n'est pas le cas du groupe Crédit Mutuel, dont elle fait partie qui est constitué de plusieurs entités. Cet argument ne prospère pas car il est nécessaire mais suffisant pour définir l'entreprise déterminée, que les entités en cause aient des liens juridiques, économiques, commerciaux. En outre, l'« *entreprise déterminée* », c'est-à-dire celle qui est à l'origine des produits et services offerts sous la marque « Crédit Mutuel », relève en réalité de la perception qu'en a le public pertinent lorsqu'il est confronté à la marque. Tel est bien le cas en l'espèce du groupe Crédit Mutuel et de sa perception par le public, sachant que la CNCM est l'organe de tête dont les membres doivent légalement être adhérents, ainsi qu'en dispose le Code monétaire et financier. Par ailleurs, la Chambre de recours coupe court à l'argumentation selon laquelle la marque « Crédit Mutuel » ne serait pas capable de constituer une marque valable en application de l'article 4 du RMUE (rarement invoqué) car elle constituerait une désignation légale qui serait un obstacle à ce qu'elle puisse acquérir un caractère distinctif par l'usage (§ 87). La Chambre rappelle que c'est l'activité de Crédit Mutuel qui est réglementée et non le signe et souligne toutefois que l'usage du signe en contravention avec le droit français réglementant cette activité serait déceptif. Ainsi, si l'usage des termes Crédit Mutuel est réglementé, cela ne constitue pas un obstacle à ce que la marque « Crédit Mutuel » soit, elle, valable. On retiendra donc que le seul fait qu'une marque soit constituée d'un terme réglementé n'est pas de nature en soit à la priver de caractère distinctif.

Cette affaire met en lumière l'enjeu que représentent les marques ombrelles et la clientèle qui y est attachée pour les groupes constitués de plusieurs entités. Lorsque les rapports se tendent et que des velléités de sortie du groupe se dessinent, la marque est un atout essentiel pour lequel les protagonistes sont prêts à livrer bataille. Il importe donc dans la mesure du possible de prévoir ces éventuelles sorties en amont.

EUIPO, Chambre de recours, 15 novembre 2017, Aff. R.1724/2016-5, Crédit Mutuel ARKEA v. CONFEDERATION NATIONALE DU CREDIT MUTUEL

Nathalie PACAUD, Associée

30 novembre 2017