

**COUR D'APPEL**

**DE**

**VERSAILLES**

**DR**

Code nac : 82E

**12e chambre**

**ARRET N°**

**CONTRADICTOIRE**

DU 17 MARS 2015

R.G. N° 14/03784

AFFAIRE :

**Fédération NATIONALE DES SYNDICATS D'AGENTS GENERAUX D'ASSURANCE**

C/

**SA CREDIT AGRICOLE**

Décision déferée à la cour : Jugement rendu(e) le 09 Janvier 2014 par le Tribunal de Grande Instance de NANTERRE

N° Chambre :

N° Section :

N° RG : 13/12015

Expéditions exécutoires

Expéditions

Copies

délivrées le :

à :

Me Pierre GUTTIN,

Me Claire RICARD,

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

**AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS**

LE DIX SEPT MARS DEUX MILLE QUINZE,

La cour d'appel de Versailles, a rendu l'arrêt suivant dans l'affaire entre :

**Fédération NATIONALE DES SYNDICATS D'AGENTS GENERAUX D'ASSURANCE**

30 rue Olivier Noyer

75014 PARIS

Représentant : Me Pierre GUTTIN, Postulant, avocat au barreau de VERSAILLES, vestiaire : 623 -  
N° du dossier 14000109

Représentant : Me Delphine BRUNET-STOCLET de la SARL SCHMIDT BRUNET & ASSOCIES,  
Plaidant, avocat au barreau de PARIS, vestiaire : P0317 -

*APPELANTE*

\*\*\*\*\*

**SA CREDIT AGRICOLE**

N° SIRET : 784 608 416

12 place des Etats-Unis

92127 MONTRouGE CEDEX

Représentant : Me Claire RICARD, Postulant, avocat au barreau de VERSAILLES, vestiaire : 622 -  
N° du dossier 2014157

Représentant : Me Annick LECOMTE de l'AARPI ALEZAN, Plaidant, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire : P0401 -

*INTIMEE*

\*\*\*\*\*

**Composition de la cour :**

En application des dispositions de l'article 786 du code de procédure civile, l'affaire a été débattue à l'audience publique du 10 Février 2015 les avocats des parties ne s'y étant pas opposés, devant Mme Dominique ROSENTHAL, Président chargé du rapport.

Ce magistrat a rendu compte des plaidoiries dans le délibéré de la cour, composée de :

Mme Dominique ROSENTHAL, Président,

Monsieur François LEPLAT, Conseiller,

Madame Hélène GUILLOU, Conseiller,

Greffier, lors des débats : Monsieur Alexandre GAVACHE,

Vu l'appel interjeté le 13 mars 2014, par la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea d'un jugement rendu le 9 janvier 2014 par le tribunal de grande instance de Nanterre qui a :

\* prononcé l'annulation de la marque verbale 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' dont est titulaire l'Agea sous le n°073509637, pour les produits et services des classes 35 et 36,

\* dit que le jugement sera transmis à l'institut national de la propriété industrielle pour transcription au registre national des marques, une fois passé en force de chose jugée, à la requête de la partie la plus diligente,

\* débouté l'Agea de ses demandes,

\* débouté le Crédit Agricole de sa demande reconventionnelle,

\* condamné l'Agea à payer au Crédit Agricole la somme de 8.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens;

Vu les dernières écritures en date du 21 janvier 2015, par lesquelles la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea demande à la cour de:

\* infirmer le jugement déféré sauf en ce qu'il a débouté le Crédit Agricole de sa demande reconventionnelle,

\* dire le Crédit Agricole irrecevable à demander à titre reconventionnel la nullité de la marque verbale française n°073509637 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' pour les produits et services visés au dépôt,

\* dire que cette marque est distinctive au sens de l'article L.711-2 du code de la propriété intellectuelle ,

\* dire que cette marque est valable,

\* dire que le Crédit Agricole, en lançant une campagne publicitaire sur le thème 'Qui connaît bien, assure bien' et en diffusant un spot publicitaire adoptant le slogan 'Au Crédit Agricole, on vous assure bien parce qu'on vous connaît bien', pour promouvoir des services d'assurance, s'est rendu coupable d'actes de contrefaçon de la marque n°073509637 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' ,

\* à titre subsidiaire, dire que l'exploitation de la campagne publicitaire sur le thème 'Qui connaît bien, assure bien' et la diffusion du spot publicitaire adoptant le slogan 'Au Crédit Agricole, on vous assure bien parce qu'on vous connaît bien', pour promouvoir des services d'assurance, constituent des

actes de concurrence déloyale et parasitaire,

- en toute hypothèse,

\* condamner le Crédit Agricole au versement de la somme de 450.000 euros au titre du préjudice subi,

\* interdire au Crédit Agricole d'utiliser un signe similaire à la marque n°073509637 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' , sous astreinte de 2.000 euros par jour et par infraction constatée à compter de la signification de l'arrêt à intervenir,

\* interdire au Crédit Agricole d'utiliser un slogan identique ou similaire à celui adopté par Agea, 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN', à quelque titre que ce soit et peu important le support de diffusion, sous

astreinte de 2.000 euros par jour et par infraction constatée à compter de la signification de l'arrêt à intervenir,

\* interdire au Crédit Agricole d'utiliser le spot publicitaire 'Qui connaît bien, assure bien' lancé et diffusé le 23 septembre 2013, , sous astreinte de 2.000 euros par jour et par infraction constatée à compter de la signification de l'arrêt à intervenir,

\* l'autoriser à faire publier l'arrêt à intervenir, en entier ou par extraits, sur le site internet <https://www.assurances.credit-agricole.fr>, dans divers journaux, revues ou magazines de son choix, dans la limite de quatre et aux frais avances du Crédit Agricole à hauteur de 40.000 euros hors taxes pour l'ensemble de ces publications,

\* débouter le Crédit Agricole de ses demandes,

\* condamner le Crédit Agricole au paiement de la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens;

Vu les dernières écritures en date du 8 janvier 2015, aux termes desquelles la société Crédit Agricole prie la cour de:

\* confirmer le jugement en ce qu'il a:

- prononcé l'annulation de la marque verbale 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN'n°073509637, pour les produits et services des classes 35 et 36 et débouté Agea de ses demandes,

- condamné Agea au paiement de la somme de 8.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens,

\* subsidiairement, débouter Agea de son action en contrefaçon de marque, ainsi que de sa demande subsidiaire en concurrence déloyale,

\* déclarer comme nouvelle en cause d'appel, la demande subsidiaire formée par Agea sur le fondement du parasitisme ou, à tout le moins, l'en débouter,

\* réformer le jugement en ce qu'il l'a déboutée de sa demande reconventionnelle en paiement de dommages et intérêts et condamner Agea au versement de la somme de 20.000 euros,

\* condamner Agea au versement de la somme de 20.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens de la procédure;

### **SUR CE, LA COUR,**

Considérant que, pour un exposé complet des faits et de la procédure, il est expressément renvoyé au jugement déféré et aux écritures des parties; qu'il convient de rappeler que :

\* la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea est titulaire de la marque française 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' déposée à l'institut national de la propriété industrielle le 27 juin 2007, enregistrée sous le n°07350637 pour désigner des produits et services en classes 35 et 36, notamment les services d'assurances,

\* elle a constaté en septembre 2013, le lancement d'une campagne publicitaire multimédia par le Crédit Agricole pour promouvoir une offre d'assurance,

\* elle a fait constater par huissier de justice le 25 septembre 2013, le contenu des dialogues d'un spot publicitaire télévisuel, se terminant par la phrase 'Au Crédit Agricole on vous assure bien parce qu'on vous connaît bien. Crédit Agricole, banque et assurance',

\* le 26 septembre 2013, le président d'Agea a adressé une lettre d'avertissement au président du conseil d'administration, au directeur général et à la directrice de la communication du Crédit Agricole,

\* c'est dans ces circonstances, que le 11 octobre 2013, la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea a assigné la société Crédit Agricole devant le tribunal de grande instance de Nanterre en contrefaçon de marque, sollicitant outre l'allocation de dommages et intérêts, l'interdiction de diffusion de cette campagne publicitaire,

\* la société Crédit Agricole a reconventionnellement soulevé la nullité de la marque pour défaut de caractère distinctif;

### **Sur la demande en nullité de la marque:**

### Sur la recevabilité de la demande en nullité :

Considérant que la société Crédit Agricole soulève la nullité de la marque 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' n°073509637 pour l'ensemble des services visés à son enregistrement en classes 35 et 36, tant en raison d'un défaut de caractère distinctif que de sa contrariété à l'ordre public;

Mais considérant que la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea réplique justement que le Crédit Agricole ne peut reconventionnellement demander l'annulation de la marque que pour les seuls services désignés qui lui sont opposés, à savoir les services de publicité, assurance, affaire financière, banque directe, à l'exclusion des autres services visés au dépôt;

Qu'en effet, si un défendeur à une action en contrefaçon, a un intérêt à demander l'annulation de la marque invoquée pour les services qui lui sont opposés par le titulaire de la marque, afin d'échapper au grief de contrefaçon et poursuivre l'usage du signe pour ces services, en revanche, il ne saurait être recevable à demander la nullité de la marque pour l'intégralité des services revendiqués au dépôt qui ne lui sont pas opposés, peu important que la demande reconventionnelle en nullité concerne un motif de nullité absolue ou relative;

Qu'il s'ensuit que la société Crédit Agricole n'est recevable qu'en sa demande reconventionnelle tendant à voir annuler la marque litigieuse pour les services de publicité, assurance, affaire financière, banque directe, à l'exclusion d'autres services non opposés;

### Sur le caractère distinctif de la marque:

Considérant que l'article L.711-1 du code de la propriété intellectuelle dispose que la marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale;

Considérant que selon les termes de l'article L.711-2 du même code, le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits et services désignés;

Considérant que la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea expose que la marque 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' n°073509637, déposée le 27 juin 2007, est distinctive en soi;

Que rappelant que des slogans, assemblages de mots, peuvent être déposés à titre de marque, elle expose que le slogan 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN', axé sur la proximité et la connaissance de la clientèle, témoigne d'une certaine originalité et prégnance tant par sa composition et sa formulation le rendant facilement mémorisable pour le public que par sa double signification,

Qu'elle souligne que cette marque affirme, au premier degré, le professionnalisme exercé par chacun

de ses adhérents et, au second degré, le côté rassurant pour le client de se lancer dans des projets quant il est correctement assuré;

Qu'elle soutient avoir réalisé en 2014, un sondage auprès d'un panel de consommateurs, pour mesurer leur perception de la phrase 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN', lequel montre que 49% des personnes interrogées considèrent que ce slogan renvoie aux produits et services des agents généraux d'assurance, que 28% des sondés attribuent l'origine des produits et services à une société d'assurance non identifiée, seuls 23% le percevant comme une expression du langage courant;

Qu'elle expose que ce signe est ainsi perçu par le public comme une indication d'origine de produits et service par 77% des sondés, , de sorte, selon elle, que la marque est dotée d'une distinctivité propre, renforcée par l'usage généralisé et continu qu'elle en a fait ainsi que ses membres;

Considérant que le Crédit Agricole, qui rappelle ne pas fonder sa demande relative à l'absence de distinctivité de la marque uniquement sur les dispositions de l'article L.711-2 du code de la propriété intellectuelle, mais également sur celles de l'article L.711-1 du même code, réplique que la marque revendiquée par la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea n'exerce pas une fonction distinctive à l'égard des services fournis par ses adhérents, de sorte que cette marque encourt la nullité;

Qu'elle souligne que pour qu'un signe soit susceptible d'être adopté à titre de marque, il doit être à même d'exercer la fonction essentielle de la marque qui est de garantir l'origine du produit ou du service qui la porte;

Qu'elle relève que l'énumération des cas dans lesquels une marque ne peut être considérée comme distinctive, contenue dans l'article L.711-2 n'est pas exhaustive, dès lors que la marque doit remplir sa fonction essentielle qui est de distinguer les produits et services qu'elle désigne, par rapport à ceux d'entreprises concurrentes, exerçant la même activité;

Considérant qu'au visa de l'article L.711-1 du code de la propriété intellectuelle, la distinctivité d'un signe déposé suppose son aptitude intrinsèque à remplir la fonction de la marque qui est de garantir au consommateur l'identité et la provenance du produit ou du service désigné;

Considérant que le premier juge a exactement relevé qu'un slogan n'est distinctif que s'il peut être perçu d'emblée comme une indication de l'origine commerciale des produits ou services visés afin de permettre au public pertinent de distinguer sans confusion possible les produit et services du titulaire de la marque de ceux qui ont une autre provenance commercial et qu'il ne suffit pas qu'il ne soit pas composé exclusivement de signes ou indications pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service;

Considérant qu'il n'est pas démenti que la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea regroupe 62% des agents généraux d'assurance;

Que force est de constater que la marque 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' ne distingue pas les services fournis par les adhérents d'Agea par rapport à ceux des agents généraux non membres de cette fédération;

Qu'en effet, ce signe incluant la qualification professionnelle 'agent général d'assurance' associée à des qualités que tout agent général d'assurance, affilié ou non à Agea, est à même de présenter 'on assure mieux quand on connaît bien', ne permet pas au consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé ni de distinguer, sans confusion possible, les services offerts par les adhérents d'Agea et ceux proposés par des agents généraux d'assurance non affiliés à cette fédération, ni d'attribuer les services à une entreprise ou à une fédération d'entreprises déterminées;

Qu'il en est pour preuve, le propre sondage réalisé par la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea, selon lequel la phrase 'AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE ON ASSURE MIEUX QUAND ON CONNAÎT BIEN' renvoie pour 49% des personnes interrogées aux produits et services des agents généraux d'assurance, pour 28% des sondés aux produits et services d'une société d'assurance non identifiée;

Qu'ainsi ce sondage démontre seulement que le consommateur normalement informé, raisonnablement attentif et avisé décèle dans ce slogan le titre professionnel 'agent général d'assurance' et le rattache globalement à cette activité;

Qu'il n'en résulte nullement que l'expression revendiquée distingue les services d'un quelconque agent général par rapport à ses concurrents, étant relevé qu'aucune des personnes interrogées n'a cité le nom de la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea ou fait mention à ses adhérents;

Qu'au contraire, le résultat de cette enquête révèle l'inaptitude de ce slogan à distinguer l'origine commerciale des services fournis par les adhérents de la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea et de ceux offerts par d'autres agents généraux d'assurance qui ne lui sont pas affiliés;

Considérant dès lors, que le signe litigieux n'exerce pas de fonction distinctive à l'égard des services fournis par la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea ou par ses adhérents et ne remplit pas la fonction essentielle d'une marque;

Qu'il s'ensuit, que la décision déferée, qui, déboutant la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance de ses demandes, a prononcé l'annulation de la marque pour défaut de distinctivité, sera confirmée, sauf à limiter cette annulation pour les services de publicité, assurance, affaire financière, banque directe qui sont opposés au Crédit Agricole;

Considérant que la solution du litige rend sans objet tant l'examen des autres moyens développés par les parties quant à la validité de la marque, que celui du grief de contrefaçon;

### **Sur la concurrence déloyale et parasitaire :**

Considérant qu'en première instance la demande n'était fondée que sur la contrefaçon de marque;

Que pour la première fois devant la cour, la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea reproche à la société Crédit Agricole des actes de concurrence déloyale et parasitaire sur le fondement de l'article 1382 du code civil;

Mais considérant que la société Crédit Agricole soulève à bon droit, au visa des articles 564 et 565 du code de procédure civile, l'irrecevabilité de cette demande comme nouvelle;

Qu'en effet, l'action en contrefaçon concerne l'atteinte à un droit privatif alors que l'action en concurrence déloyale exige une faute, de sorte que ces deux actions visent à obtenir le respect de droits distincts, procèdent de causes différentes et ne tendent pas aux mêmes fins, la seconde n'étant pas l'accessoire ou le complément de la première;

Que par voie de conséquence, la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea est, au sens des articles 564 et 565 du nouveau Code de procédure civile, irrecevable en sa demande au titre de la concurrence déloyale et parasitaire;

### **Sur la demande reconventionnelle en dommages et intérêts:**

Considérant que la société Crédit Agricole sollicite l'octroi de la somme de 20.000 euros à titre de dommages et intérêts pour procédure abusive, invoquant un détournement de procédure à des fins anti-concurrentielles;

Mais considérant que cette société ne caractérise pas, à la charge de la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea, la mauvaise foi, l'intention de nuire ou la légèreté blâmable susceptible d'ouvrir droit à l'allocation de dommages et intérêts pour procédure abusive;

Que le jugement entrepris, qui a rejeté cette demande, sera confirmé;

### **Sur les autres demandes:**

Considérant que le premier juge a exactement statué sur le sort des dépens et les dispositions de l'article 700 du code de procédure civile dont il a fait une équitable application;

Qu'en vertu de ce texte, il y a lieu de faire partiellement droit aux prétentions de la société Crédit Agricole, au titre de ses frais irrépétibles exposés à l'occasion de ce recours, contre la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea qui succombe et doit supporter la charge des dépens d'appel;

### **PAR CES MOTIFS**

Confirme le jugement déferé sauf en ce qu'il a prononcé la nullité de la marque n°073509637 pour tous les produits et services des classes 35 et 36,

L'infirmant sur ce point et statuant à nouveau:

Déclare la société Crédit Agricole irrecevable à solliciter reconventionnellement la nullité de la marque n°073509637 pour d'autres services que ceux de publicité, assurance, affaire financière, banque directe qui lui sont opposés,

Prononce l'annulation de la marque n°073509637 en ce qu'elle désigne les services de publicité, assurance, affaire financière, banque directe,

Y ajoutant,

Déclare la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea irrecevable en ses demandes en concurrence déloyale et parasitaire,

Condamne la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea à payer à la société Crédit Agricole la somme de 15.000 euros au titre des frais irrépétibles d'appel,

Rejette toutes autres demandes contraires,

Condamne la Fédération nationale des syndicats d'agents généraux d'assurance Agea aux dépens d'appel et dit que ceux-ci pourront être recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Prononcé 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 Dominique ROSENTHAL, Président et par Monsieur GAVACHE, greffier, auquel la minute de la décision a été remise par le magistrat signataire.

Le greffier, Le président,