

**Contrefaçon de marque : absence
de confusion entre les marques «
AMOUD » et « AMOUDAY »
compte tenu des différences
visuelles et phonétiques (Cass.
com. 2023)**

Identification			
Ref 33396	Juridiction Cour de cassation	Pays/Ville Maroc / Rabat	N° de décision 206/1
Date de décision 12/04/2023	N° de dossier 2022/1/3/511	Type de décision Arrêt	Chambre Commerciale
Abstract			
Thème Contrefaçon, Propriété intellectuelle et industrielle		Mots clés Usage du signe litigieux, Similarité partielle des signes, Risque de confusion, Rejet de l'action en contrefaçon, Protection des marques commerciales, Marque déposée, Évaluation du consommateur moyen, Différences visuelles et phonétiques des marques, Critères de différenciation des marques, Contrefaçon de marque, Caractère distinctif des marques, Appréciation globale des marques, Annulation du jugement initial, Ajout de lettres au signe protégé, Absence de risque de confusion, Absence de concurrence déloyale	
Base légale Article(s) : 184 - Dahir n° 1-00-19 du 9 kaada 1420 (15 février 2000) portant promulgation de la loi n° 17-97 relative à la protection de la propriété industrielle		Source Juriscassation.cspj.ma	

Résumé en français

La société demanderesse au pourvoi, titulaire de la marque protégée « AMOUD », enregistrée au Maroc, spécialisée dans la commercialisation de pâtisseries, boulangeries, restaurants et hébergements temporaires ou hôteliers, avait obtenu en première instance une condamnation contre un hôtelier utilisant un nom similaire (« AMOUDAY »). Le tribunal avait ordonné l'arrêt immédiat de l'utilisation de cette dénomination, sous astreinte journalière, l'enlèvement de ce nom de la façade de l'hôtel, l'interdiction de l'utiliser dans toute publicité, et condamné le défendeur au paiement d'une indemnité et aux frais de publication du jugement.

La Cour d'appel de commerce avait infirmé ce jugement, considérant que l'ajout des deux lettres (« AY ») à la marque initiale suffisait à différencier les deux dénominations, écartant ainsi tout risque de confusion pour le consommateur.

Saisie du pourvoi en cassation, la Cour de cassation rejette la demande, estimant que la Cour d'appel a valablement motivé sa décision en relevant précisément les différences entre les deux signes litigieux (forme, couleur, écriture), de sorte que le public moyen ne pouvait pas être induit en erreur ou confondre

les deux établissements.

La Cour de cassation conclut donc à l'absence de contrefaçon et confirme définitivement l'arrêt de la Cour d'appel.

Texte intégral

باسم جلالة الملك وطبقاً للقانون

حيث يستفاد من مستندات الملف ومن القرار المطعون فيه، أن الطالبة تقدمت بمقال أمام المحكمة التجارية بالدار البيضاء، عرضت فيه أنها مشهورة على الصعيد الوطني والدولي في ترويج جميع أنواع الحلويات والخبز والشاي والقهوة والمياه المعدنية والشوكولاتة إضافة إلى المطاعم والإقامات المؤقتة أو الفندقية، والتي تسوقها تحت العلامة التجارية « A أ » المحمية بالمغرب بمقتضى الإيداعات التالية:

- الإيداع رقم R 42018 بتاريخ 1988/12/1.
- الإيداع رقم 78162 بتاريخ 2001/07/16.
- الإيداع رقم 123955 بتاريخ 2009/6/8.

وأنه بلغ إلى علم المدعية أن أحد الفنادق بمدينة الدار البيضاء يحمل نفس الاسم، وأنها حماية لحقوقها استصدرت ضده حكماً قضى عليه بالتوقف عن استعمال العلامة التجارية للمدعية أيد استئنافياً، وبعد تنفيذه بادر المدعى عليه مرة أخرى إلى استعمال نفس الاسم مضافاً إليه حرفين ساكنين، أي احتفظ بنفس الاسم سواء من حيث الكتابة أو المعنى (« A أ ») وأن ما أقدم عليه يعد مساساً بالحقوق المحمية قانوناً بمقتضى الإيداعات السالفة الذكر، وهو ما يعتبر خرقاً لأحكام المادة 201 من القانون رقم 17/97، وأن من شأن استعمال المدعى عليه للاسم المذكور أعلاه إيقاع الجمهور في الغلط، باعتقادهم أن المدعية هي صاحبة الفندق ملتزمة الحكم على المدعى عليه بالتوقف فوراً عن استعمال اسمها وعلامتها « A أ » المحمية قانوناً بمجرد صدور الحكم تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000,00 درهم عن كل يوم تأخير، وإزالة تسمية (« A أ ») من واجهة الفندق وكذا عدم استعمالها في الدعاية له سواء في الجرائد أو الأنترنت، وبأدائه لها مبلغ 50.000,00 درهم كتعويض عن الضرر وينشر الحكم بعد صيرورته نهائياً بجريدتين باللغة العربية والفرنسية على نفقة المدعى عليه. وبعد تمام الإجراءات، أصدرت المحكمة التجارية حكمها القاضي على المدعى عليها بالتوقف فوراً عن استعمال اسم المدعية وعلامتها « A أ » تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000,00 درهم عن كل يوم تأخير عن التنفيذ ابتداء من تاريخ الامتناع عن التنفيذ والحكم بإزالة التسمية (« A أ ») من واجهة الفندق وعدم استعمالها في الدعاية له في الجرائد أو الأنترنت والحكم عليها بأدائها للمدعية تعويضاً قدره 25.000,00 درهم والنشر في جريدتين إحداهما باللغة العربية وأخرى بالفرنسية تحت نفقة المدعى عليها، ألغته محكمة الاستئناف التجارية وقضت من جديد برفض الطلب، بمقتضى قرارها المطعون فيه بالنقض.

في شأن الوسيلة الأولى والثانية مجتمعين:

حيث تنعى الطاعنة على القرار فساد التعليل ونقصانه الموازي لانعدامه، يدعوى أنه أتى بتعليل جاء فيه: « ... فإن هذا التشابه الجزئي

ليس من شأنه أن يوقع الجمهور في اللبس والخلط كما ذهب إلى ذلك الحكم المستأنف طالما أن الشارتين مختلفتان من حيث اللون والشكل والخط»، وهو تعليل غير مرتكز على أساس قانوني وجاء معيباً، ذلك أن الثابت من خلال العمل القضائي بالنسبة لقانون حماية الملكية الصناعية والتجارية فإن العبرة بأوجه التشابه وليس بأوجه الاختلاف، في حين أن القرار المطعون فيه اعتمد أوجه الاختلاف للقول بأن العلامتين مختلفتان، والحال أن إضافة حرفين ساكنين باللغة الفرنسية « AY » على الكلمة الأصلية « A » لا تأثير له على تشابه الكلمتين ولا على إحداث فرق بينهما منتهياً في تعليقه إلى أن الاختلاف بين الاسمين لا يخلق أي لبس في ذهن الجمهور، يكون قد جانب الصواب وسار على عكس ما تواتر عليه القضاء المغربي في هذا المجال والذي يعتمد أوجه التشابه لا أوجه الاختلاف، فجاء فاسد التعليل ومعيباً وغير مرتكز على أساس.

كما أنه بالرجوع إلى العلامتين موضوع الدعوى يتضح بشكل جلي أن التشابه كبير ويشكل نسبة مائة في المائة لكون المطلوبة قامت فقط بإضافة حرفين ساكنين باللغة الفرنسية لا تأثير لهما أثناء القراءة أو السمع للاسم، وأن العمل القضائي قد سار في هذا الباب على أن التمييز بين الأسماء والعلامات التجارية يجب أن يكون واضحاً لا لبس فيه وألا يشكل أي خلط بالنسبة للشخص العادي، وفي جميع الأحوال فإن الاسم التجاري أو العلامة التجارية هي من الحقوق المحمية بقوة القانون، والقرار المطعون فيه حاد عن هذا الاتجاه، يكون قد جانب الصواب وناقض التعليل الموازي لانعدامه، مما يتعين التصريح بنقضه.

لكن، حيث عللت المحكمة قرارها المطعون فيه بقولها: « أنه ولئن كانت الطاعنة قد حكمت سابقاً بعدم استعمالها لعلامة « A » فإن الشارة التي تستعملها حالياً موضوع نازلة الحال هي عبارة عن شعار تحت اسم « A » كما يتجلى من الشهادة السلبية والصور الفوتوغرافية المرفقة وأن إضافة الطاعنة لحرفي AY إلى الشارة المعتمدة من طرفها وإن جعل ثمة تشابه جزئي في شارة هذه الأخيرة وبين العلامة التجارية للمستأنف عليها، فإن هذا التشابه الجزئي ليس من شأنه أن يوقع الجمهور في اللبس والخلط كما ذهب إلى ذلك الحكم المستأنف، طالما أن الشارتين مختلفتين من حيث اللون والشكل والخط»، وهو تعليل اعتمدت فيه المحكمة للقول بعدم وجود واقعة التقليد على عناصر التشابه بين العلامتين والتي استخلصت منها عدم وجود أي تشابه بينهما من شأنه أن يوقع الجمهور في الغلط، مستندة في ذلك إلى الشارات المكونة لكل علامة على حدة والمميزة لها من شكل ولون وخط وليس فقط على الحروف المكونة لهما، والنعي بكون المحكمة اعتمدت للقول بعدم وجود التشابه على عناصر الاختلاف خلاف الواقع، فجاء القرار معللاً تعليلاً كافياً وسليماً والوسيلتان على غير أساس عدما هو خلاف الواقع فهو غير مقبول.

لهذه الأسباب

قضت محكمة النقض، برفض الطلب وتحميل الطالبة المصاريف.

وبه صدر القرار وتلي بالجلسة العلنية المنعقدة بالتاريخ المذكور أعلاه بقاعة الجلسات العادية بمحكمة النقض بالرباط وكانت الهيئة الحاكمة مترتبة من: رئيس الغرفة السيد السعيد سعداوي رئيساً والمستشارين السادة: محمد القادري مقررًا ومحمد كرم ومحمد الصغير ومحمد بحماني أعضاء وبمحضر المحامي العام السيد رشيد بناني وبمساعدة كاتب الضبط السيد نبيل القبلي.