

# **Contrefaçon de marque et concurrence déloyale : analyse de similitude visuelle et phonétique (Cour d'appel de commerce Casablanca 2022)**

Identification			
<b>Ref</b> 29262	<b>Jurisdiction</b> Cour d'appel de commerce	<b>Pays/Ville</b> Maroc / Casablanca	<b>N° de décision</b> 5627
<b>Date de décision</b> 13/12/2022	<b>N° de dossier</b> 2022/8211/3397	<b>Type de décision</b> Arrêt	<b>Chambre</b>
Abstract			
<b>Thème</b> Contrefaçon, Propriété intellectuelle et industrielle		<b>Mots clés</b> النموذج الصناعي, Caractère distinctif, Caractère distinctif d'une marque, Commercialisation, Concurrence déloyale, Conditions de validité d'un modèle industriel, Confusion, Consommateur moyen, Contrefaçon, Dépôt de marque, Distinction des produits, Dommages-intérêts, Droit de la propriété industrielle, Effet dévolutif de l'appel, Enregistrement de marque, Bonne foi, Expertise, Marque, Marques commerciales, Modèle, Modèle industriel, Nullité de marque, OMPIC (Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale), Preuve, Publication du jugement, Risque de confusion, Similitude, Similitude entre marques, التشطيب على العلامة التجارية, الحقوق السابقة, اللبس والخلط, Imitation, Action en contrefaçon	

<p><b>Base légale</b>  Article(s) : 155 - 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  Article(s) : 137 - 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  Article(s) : 161 - 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  Article(s) : 133 - 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  Article(s) : 134 - 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  Article(s) : 201 - 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  Article(s) : 124 - 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</p>	<p><b>Source</b>  Caccasablanca.ma</p>
--	--

## Résumé en français

La Cour d’appel de commerce de Casablanca a confirmé un jugement condamnant la société distributrice et la société productrice d’un liquide de nettoyage pour contrefaçon de la marque ONI. La Cour a estimé que la marque litigieuse, UVI, commercialisée sous le nom OVI, était visuellement et phonétiquement similaire à la marque ONI, créant ainsi un risque de confusion pour le consommateur. Elle s’est basée sur l’article 155 de la loi n° 17-97 relative à la propriété industrielle pour caractériser la contrefaçon. L’argument selon lequel la marque UVI serait protégée en tant que modèle industriel a été rejeté, la Cour considérant que le flacon de liquide de nettoyage ne présentait aucune originalité justifiant une telle protection. Cet arrêt rappelle l’importance de la protection des marques et les risques encourus en cas de contrefaçon.

## Texte intégral

### وبعد المداولة طبقا للقانون.

حيث تقدمت شركة اما ديتيرجونت وشركة سلفونصيون بواسطة دفاعهما بمقال استثنائي مؤدى عنه بتاريخ 09/06/2022 تستأنفان بمقتضاه الحكم عدد 4121 الصادر عن المحكمة التجارية بالدار البيضاء بتاريخ 18/04/2022 في الملف عدد 1334/8211/2022 القاضي بالتشطيب على العلامة التجارية UVI المملوكة لشركة SULFONATION سلفونصيون والمسجلة لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية بتاريخ 20/10/2020 تحت رقم 219989 من السجل الوطني للعلامات بعد صيرورة هذا الحكم نهائيا، وبالتشطيب على النموذج الصناعي المسجل لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية بتاريخ 09/02/2021 تحت رقم 25564، من السجل الوطني للرسوم والنماذج الصناعية بعد صيرورة هذا الحكم نهائيا، وبمنع الطاعنتين من استعمال العلامة التجارية موضوع التشطيب، وبالكف والتوقف عن عرض وبيع المنتجات الحاملة لعلامة مزيفة للعلامة المملوكة للمستأنف عليها تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000 درهم عن كل مخالفة بعد تبليغ الحكم وصيرورته نهائيا، وبإتلاف المنتجات موضوع المحضر المنجز بتاريخ 19/01/2022، وبأدائها تضامنا لفائدة المستأنف عليها مبلغ 50.000 درهم كتعويض عن الضرر، وبنشر هذا الحكم بعد صيرورته نهائيا في جريدتين إحداهما باللغة العربية والثانية بالفرنسية على نفقتهما وتحميلهما الصائر ورفض باقي الطلبات.

### في الشكل :

حيث تم تبليغ الحكم المستأنف للطاعنتين بتاريخ 26/05/2022 حسب الثابت من طي التبليغ المرفق بالمقال الاستثنائي، وبادرتا إلى استئنافته بتاريخ 09/06/2022 أي داخل الأجل القانوني، واعتبارا لتوفر الاستئناف على باقي الشروط الشكلية المتطلبة قانونا صفة وأداء، مما يتعين التصريح بقبوله شكلا.

### في الموضوع :

حيث يستفاد من وثائق الملف ومن محتوى الحكم المطعون فيه أن المدعية شركة سورس شيميك تقدمت بواسطة نائبها بمقال افتتاحي للدعوى لدى المحكمة التجارية بالدار البيضاء عرضت فيه أنها متخصصة في صناعة مواد التنظيف، التي تروجها تحت العلامة التجارية « اوني ONI » بكافة مكوناتها اسما ورسوما وألوانا والمملوكة لها بمقتضى التصريح بالإيداع والتملك الصادر عن مكتب الملكية الصناعية والتجارية تحت عدد 21749 مند 2002/02/22 وبالرسم الصناعي المتعلق بالقنينة السائل تحت عدد 22565 تاريخ التسجيل 2017/08/24، غير أنها فوجئت بعرض سائل تنظيف يحمل علامة تجارية OVI وهي علامة مقلدة لعلامة العارضة ONI بالمحل التجاري الكائن حي اكيو الداركة اكادير، فقامت باقتناء عينات من البضاعة المقلدة، فتبين لها انها مملوكة لشركة سلفونصيون SULFONATION المالكة للعلامة التجارية UVI فاستصدرت بتاريخ 19/01/2022 أمرا عن رئيس المحكمة التجارية بأكادير تحت عدد 153 ملف رقم 2022/8103/153 بإجراء معاينة وحجز وصفي، وبناء عليه أنجزت المفوضة القضائية حنان بزكري محضر تنفيذ أمر قضائي بإجراء معاينة، إذ تبين لها أن الشركة المالكة للعلامة التجارية UVI قامت بتقليد العلامة التجارية للمدعية، وذلك بتحريف علامتها وإحداث تشابه وتقليد بينهما، مما قد يحدث لبسا لدى المستهلك العادي، ويجعل مسألة المنافسة الغير المشروعة قائمة، علما أن محضر التنفيذ والصور المرفق به والمستخرج من المحل التجاري موضوع المعاينة أثبتوا ان الموزع لهذه العلامة هي الشركة المالكة للعلامة التجارية MIO وأن الشركة المنتجة هي المدعي عليها شركة سلفونصيون SULFONATION المسيرة من قبل السيد راضي انور والتي سجلت العلامة التجارية UVI لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية بتاريخ 20/10/2020 عدد 219989 والرسم النموذج الصناعي للقنينة بتاريخ 09/02/2021 رقم الإيداع 25564 والشركة الموزعة هي الشركة المالكة للعلامة التجارية MIO المنافسة للمدعية في السوق التجارية والمسير من قبل السيد راضي أنور هو نفس المسير شركة أما ديتيرجونت، وعليه فإن استعمال هذه العلامة بالشكل

المحرف يضر بها ويعرض سمعتها التجارية للخطر، كما أن المدعية هي السبابة في تسجيل اسمها التجاري بالسجل التجاري، في حين أن المدعى عليها سجلت نفس العلامة التجارية لاحقا بالسجل التجاري، ملتزمة لأجل ذلك الحكم على المدعى عليهما بالتشطيب على علامة التجارية UVI المملوكة للمدعى عليها شركة سلفونصيون المودعة والمسجلة لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية بتاريخ 20/10/2020 تحت عدد 219989 والرسم النموذج الصناعي المسجل بتاريخ 09/02/2021 الإيداع 25564 تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000 درهم عن كل يوم تأخير، وفي حالة ثبوت الامتناع الإذن للسيد رئيس مصلحة السجل التجاري ومدير المكتب المغربي للملكية الصناعية بالتشطيب على العلامة التجارية المذكور والحكم عليهما بالكف عن استعمال العلامة التجارية المطلوب التشطيب عليه في مراسلتها ووثائقها تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000 درهم عن كل يوم تأخير وبالتوقف عن العرض للبيع وجلب وتوزيع لكل منتجات حاملة بشكل مزيف أو مقلد لعلامات المدعية وبالتوقف عن أعمال التزييف والتقليد والمنافسة غير المشروعة لعلاماتها، وذلك تحت غرامة تهديدية قدرها 5.000 درهم عن كل مخالفة يتم ضبطها بعد صدور الحكم والحكم بإتلاف البضائع المزيفة والمقلدة والمحجوزة بمقتضى الأمر الرئاسي موضوع محضر الحجز والحكم عليهما بأدائهما تضامنا لفائدتها 6.000.000 درهم كتعويض عن الضرر اللاحق بها من جراء تصرفاتهم المخالفة للقانون والأمر بنشر الحكم المنتظر صدوره بجريدين إحداها باللغة العربية وأخرى باللغة الفرنسية على نفقة المدعى عليهما وتحميل المدعى عليهما الصائر وتحديد مدة الإلزام في الأقصى وشمول الحكم بالنفاذ المعجل القضائي والبت في الصائر وفقا للقانون.

وبعد تبادل الأجوبة والردود بين الطرفين، واستيفاء الإجراءات المسطرية أصدرت المحكمة الحكم المشار إلى مراجعه ومنطوقه أعلاه وهو الحكم المستأنف.

#### أسباب الاستئناف

حيث جاء في أسباب الاستئناف أن الحكم المطعون فيه جانب الصواب فيما قضى به، بحيث لم يرتكز على أساس قانوني أو واقعي سليمين، واستنادا للأثر الناشر للاستئناف، فإن الطعن بالاستئناف يؤدي إلى إعادة نشر النزاع من جديد برمته أمام محكمة الدرجة الثانية، ويمكن هذا الأثر محكمة الاستئناف من إعادة النظر في كل المسائل المرتبطة بالنزاع سواء أكانت مرتبطة بالواقع أو بالقانون، ذلك أن السياق والإطار القانوني الذي تندرج فيه نازلة الحال إنما يتعلق بالتطبيق السليم للمقتضيات المنصوص عليها في المادة 155 من القانون 17/97، بحيث ساقطت محكمة البداية تعليلا مجانبًا للصواب عندما قضت بثبوت إنتاج العارضتين للمنتوج المزيف وبوجود شبهة بين المنتجين رغم أن الفرق الصارخ بينهما. ومن جهة أخرى، فإن محكمة الدرجة الأولى عندما استبعدت دون تعليل واضح وقانوني حجج العارضة التي تثبت بأنها لم تقم بالتزييف أو التقليد ولم تستعمل الكلمة الجوهرية في علامة المستأنف عليها، واستخلصت بتردد يطبعه التناقض مفاده أنه رغم أن الكلمة الجوهرية تختلف في الحرفين الأول والثاني فإن ذلك ليس من شأنه إزالة اللبس، تكون قد أساءت تطبيق القانون، لأن الحرف الوحيد المشترك بين المنتجين هو الحرف اللاتيني I المتواجد بآخر اسم العلامة التجارية، وأن اسم العلامة التجارية هو UVI الذي يختلف على المستوى المرئي والسمعي عن اسم منتج المستأنف عليها ONI وهذه التسمية وحدها مانعة من حدوث أي خلط أو لبس في ذهن المستهلك العادي الذي لا يتصور أن يقع في الخطأ أو الخلط بين المنتجين. كما أنهما يختلفان أولا من ناحية الخط المستعمل في الكتابة POLICE D'ECRITURE وتحملان حرفا واحدا مشترك وهو حرف I الذي يتموقع بآخر الاسم من كل علامة، وإن مجموع الحروف المكونة لكل علامة هو ثلاث حروف، ووجود حرف واحد مشترك لا يعطي المجال إلى وجود أي تشابه عكس ما نحى إليه الحكم المطعون فيه. فضلا عن ذلك فإن اسم العلامة التجارية للطاعة هو UVI وهو اختصار للعبارة التالية ULTRA INTENSIVE DISHES وإن نماذج العارضتين لا يمكن في أي حال من الأحوال أن تشكل لبسا في ذهن المستهلك ولا يمكن أن تجره للخلط لأن اسم علامتها التجارية يختلف تماما عن اسم العلامة التجارية للمستأنف عليها، فضلا عن أن النموذج الصناعي UVI مسجل وفق الضوابط القانونية المقررة في هذا الشأن بالمكتب الوطني للملكية الصناعية OMPIC تحت رقم 219989 بتاريخ 20/10/2020 وتبعاً لذلك تم نشره للجمهور بجريدة العلامات الصناعية والتجارية الوطنية. كما أن منتجات العلامة التجارية UVI العبوة والملصق محمية بدورها بموجب شهادة تسجيل الرسوم والنماذج الصناعية المسجلة بتاريخ 02/09/2021 تحت الرقم 25564 والتي تحترم بدورها شروط صحة التسجيل المقررة قانونا وقد تم نشرها بالجريدة الوطنية للرسوم والنماذج الصناعية عدد 04/2021، مما

تكون معه النماذج الصناعية المنتجة من قبل شركة SULFONATION محمية بشكل قانوني ووفق الضوابط المقررة بالقانون 97/17 المعدل والمتمم بالقانون رقم 31/05 والقانون 23/13، علماً أن القول بوجود منافسة غير مشروعة يقوم على أساس إحداث اللبس في ذهن المستهلك ومنتج العارضة منتج مستقل عن منتجات المستأنف عليها يحمل اسماً وشكلاً خاصاً به يميزه عن باقي المنتجات ولا سيما منتجات المستأنف عليها، فضلاً عن أن الحكم المطعون فيه لم يلتفت للأمر كون المستأنف عليها قامت بسوء نية بطلب تسجيل نموذج صناعي بالمكتب الوطني لحماية الملكية الصناعية والتجارية يحمل اسم UVI رغم أهميته وتأثيره على مسار الدعوى، وإن محكمة البداية أسست حكمها المطعون فيه اعتماداً على مزاعم المستأنف عليها الواهية والعارية من الصحة، ولم تلجأ لأية وسيلة من الوسائل المتاحة قانوناً قصد التأكد من صحة الدفع المتمسك به، والمثبت بموجب الشهادة الصادرة عن المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية. كما أن المستأنف عليها التزمت الصمت بشأن الأمر المذكور ولم تستطع الجواب أو الرد عنه وسأيرتها المحكمة في موقفها، علماً أن من مظاهر التقاضي بسوء النية تحوير الوقائع، وبذلك تكون المستأنف عليها تتقاضى بسوء نية وتخفي حقائق عن العدالة، وأن صيغة المادة الخامسة بالمسطرة المدنية جاءت بصيغة الوجوب على الالتزام بمبدأ حسن النية عن التقاضي وعلى ضوءه يتعين على كل متقاض صاحب حق أن يمارسه بغير نية الإضرار بالغير. ومن حيث عدم قانونية ومصادقية المحضر الوصفي، فإن الحكم المطعون فيه لم يكثر لدفعات المستأنفتين بشأن الخروقات التي تعترى المحضر الوصفي، بحيث جاء خالياً من البيانات القانونية الواجب تضمينها. وبالرجوع إلى المحضر الوصفي المستند عليه بمقال الادعاء يتضح أنه ورد خرقاً للمادة 222 من القانون رقم 17-97 لكونه يتضمن استنتاجات وخلصات من طرف المفوضة القضائية السيدة حنان بزكري وهو أمر يخرج عن دائرة اختصاصها وينفلت من الصلاحيات المخولة لها قانوناً. ومن حيث تمسك العارضتين بانتفاء أوجه الشبه، فإن الاسم التجاري للمستأنف عليها مختلف تماماً ذلك أن اسم UVI مكون من حرف I و V و U في حين أن اسم منتج المستأنف عليها هو ONI مكون من الحروف I و N و O وكلا المنتجين يتميز بعضهما عن الآخر أساساً بواسطة شكل العبوة الفارقة، وإن محضر الحجز الوصفي المدلى به ليس دليلاً على وجود التقليد، وإن للمحكمة أن تستأنس به وبباقي الوثائق الأخرى لاستخلاص وجود التقليد والمنافسة غير المشروعة. بالإضافة إلى أن الحكم المطعون حاد عن الحقيقة من خلال إهماله عدم مناقشة ما أثير بشأن مجموعة من الخصائص القانونية من بينها الخصائص المتعلقة بالهوية المرئية، فالاختلاف يتجلى في شكل العبوات المستخدمة في كل منتج على حدة بالإضافة إلى التفاصيل المكونة للمنتج تصف مكونات كل منتج على حدة والتي تشكل هوية المنتج المرئية، فإن العبارات والألوان والصور المستخدمة بكل منتج تختلف بوضوح حسب التفصيل الآتي: وجود عبارة منظر فعال مكتوبة باللون الأحمر الفاقع باللغة الفرنسية واللغة العربية، وجود اختلاف في اسم كلا المنتجين أحدهما UVI و ONI بحيث إن اسم العلامة التجارية للعارضة هو UVI وهو اختصار للعبارة التالية ULTRA VAISSELLE INTENSIVE في حين أن اسم العلامة التجارية للمستأنف عليها ONI هو من الخيال ولا معنى له، وجود اختلاف على مستوى الكتابة واللون المستخدم في عبارة VAISSELLE المكتوبة بمنتج الطاعنة باللون الأبيض على خلفية خضراء في حين أن المستأنف عليها أوردت عبارة VAISSELLE - DISHES باللون الأحمر والأبيض على خلفية زرقاء، صورة الحامض الذي تشير إلى العطر المستخدم بمنتجها يوجد أسفل العبوة وهو عبارة عن حامضة واحدة كتبت عليها عبارة حامض باللغة الفرنسية والإنجليزية، في حين أن الطاعنة أشارت إلى العطر المستخدم بالمنتج عبر أنصاف من الحامض بأعلى المنتج ولا مجال لأي تشابه، خلفية الماء المستخدمة بمنتج المستأنفة تحمل صورة أمواج كتب عليها حجم المنتج 750 مل وهو الحجم المستخدم في العبوات السائلة للتنظيف، في حين أن المستأنف عليها استعملت صورة لبلاط الأرض، وحتى تكون الشارة التي تتشكل منها لها طابع مميز، أي يجب أن تكون قادرة على إعطاء تلك المنتجات أو الخدمات هوية خاصة بها تمنع من اختلاطها بغيرها من المنتجات والخدمات المنافسة لها، وهذا يفرض فيها أن تتميز عن العلامات المستعملة في المنتجات أو الخدمات المنافسة، كما أن كافة المنتجات المطروحة في الأسواق المغربية من سواثل للتنظيف تحمل شكل عبوة مماثل وأن الاختلاف بين المنتجات جلي من خلال الاسم وجودة كل منتج على حدة وأن هذه التسمية وحدها مانعة من حدوث أي خلط أو لبس في ذهن المستهلك العادي الذي لا يتصور أن يقع في الخطأ أو الخلط بين منتج الطاعنة ومنتج المستأنف عليها. علاوة على ذلك، فإن الحكم المطعون فيه خلص إلى الحكم المجافي للقانون دون تقدير الاختلاف الوارد على مستوى الرنين الصوتي للمنتجين موضوع الدعوى، إذ بإجراء مقارنة بين الرنين الصوتي لنطق كل من العلامتين يتضح وجود اختلاف كبير على مستوى النطق بخصوص المنتج UVI صوت /y/ U / ينطق بجمع الفم محالاً نطق /i/ شكل الفم يكون بشكل مدور وشيئاً ما مفتوح وبشفتين متجهتين نحو الأمام وبلسان موجه نحو الأعلى ليلمس الأسنان السفلية، أما المنتج ONI فالصوت الصادر عن

نطق ON يتطلب تقريبا اغلاق الفم وتدوير الشفاه كما هو الحال لنطق حرف O حركة اللسان متجهة نحو الورا والتنفس عبر الأنف والفم. فضلا عن أن نماذج الطاعة لا يمكن في أي حال من الأحوال أن تشكل لبسا في ذهن المستهلك ولا يمكن أن تجر للغلط لان شكل قنينات العارضة يختلف بشكل صارخ عن قنينات المدعية ولا توجد أي نقط تشابه بالشكل. أما فيما يتعلق بالخصائص المتعلقة بالرسوم والنماذج الصناعية، فإن منتج المستأنف عليها يفتر لعنصر الجودة الذي من شأنه ان يخول له حماية قانونية لان شكل القنينة لا يشكل أي ابتكار ولا جديد يذكر به وان نماذج العارضتين لا يمكن في أي حال من الأحوال ان تشكل لبسا في المستهلك ولا يمكنه ان تجرده للغلط لان شكل القنينات العارضتين يختلف بشكل صارخ عن قنينات المدعية ولا توجد أي نقط تشابه بالشكل. كما أن النموذج الصناعي المسجل من قبل المستأنف عليها الحامل لعدد بالشكل وحول 22565 يتعلق بقارورات منتج مخصص الغسل الأواني بسيط وجد متداول دون أن تتوفر فيه شروط الحماية المنصوص عليها في المادة 104 من القانون 17/97 المتمم والمعدل بموجب القانون 31/05 و القانون 13/23 المتعلق بحماية الملكية الصناعية، وأنه بالاطلاع المجرد ودون الحاجة إلى التحقيق يمكن ملاحظة المظهر المعتاد والمتداول للمنتجين والذي يوحى شكل العبوة فيها إلى المنتجات المخصصة لمساحيق غسل الأواني (المادة 124 من القانون رقم 97/17)، والعبوة في تحديد وجود تقليد العلامة من عدمه هي وجود تشابه بين العلامتين والذي من شأنه ان يخلق لبسا لدى المستهلك العادي، وبذلك فإن الحكم المستأنف لم يصادف الصواب فيما قضى به وتبع لكل ما سبق يتعين إلغاء الحكم الابتدائي المستأنف في كل ما قضى به والحكم لتصديا برفض الطلب وتحميل المستأنف عليها الصوائر والرسوم.

وبجلسة 26/07/2022 أدلت المستأنف عليها بواسطة نائبها بمذكرة جوابية جاء فيها أن زعم الطرف المستأنف كونها مالكة النموذج الصناعي والعلامة التجارية لا يسمح لها بمنافسة العارضة منافسة غير مشروعة والتي عرفها القضاء في القرار الصادر عن محكمة الاستئناف التجارية بالدار البيضاء بتاريخ 22/02/2000 تحت عدد 403/100 في الملف عدد 1764/99/10، فالمستأنفة سجلت العلامة التجارية UVI لكنها طرحتها في السوق OVI وعلامة العارضة التجارية هي ONI مما يتضح معه الفرق المرئي بين العلامتين بمعنى ONI=OVI

وهذا التشابه بل الأخرى التطابق يجعل مسألة التفريق بينهما صعبة على المستهلك البسيط والمعيار المعتمد من طرف القضاء للقول بوجود التشابه من عدمه، ولعل المحضر الوصفي والصور الفوتوغرافية المرفقة به توضح بجلاء الوضع الواقعي والحالي لكلا العلامتين بالسوق التجارية خاصة ان الطرف المستأنف إتمد نفس الشكل الهندسي والألوان وكذا الاشعاع الضوئي أي التمثل المرئي وهو اساس طرح المنتج بالسوق وقناة وصوله إلى ذهن المستهلك العادي بغض النظر على تخفيض السعر أي منافسة غير مشروعة بجميع أركانها، وحول الزعم المتعلق بحسن النية، فإنه إذا كان المكتب المغربي للملكية رفض تسجيل العلامة التجارية OVI لتشابهها مع UVI فهذا دليل آخر يضاف لصدق دفعات العارضة، فالفرق في حرف واحد فقط يجعل التشابه قائم والتشطيب واجب فالفرق بين U وبين O يجعل الفرق منعدم، وبالتالي عدم إمكانية التسجيل وما يسري على هذه العلامة يسري على العلامة موضوع الدعوى الحالية. وحول الزعم المتعلق بعدم قانونية ومصادقية المحضر، فإن الطرف المستأنف لم ينكر نهائيا إنتاج وتوزيع وبيع المنتج الواردة بمحضر الحجز الوصفي، ولم يطعن نهائيا في الصور المرفقة به، أما مسألة المقارنة بين المنتجين فهي غير ملزمة للمحكمة التي لها سلطة تقديرية في تحديد وجه التشابه من عدمه ولا رقابة عليها سوى في شق تطبيق القانون من طرف محكمة النقض، وبالتالي فإن محضر الحجز الوصفي أثبت وقائع مادية صرفة لا نزاع حولها وهو ليس شرطا أساسيا للتقدم بالدعوى، فالمحضر الوصفي وسيلة قانونية لإثبات واقعة مادية أما وجه الشبه وركائز التقليد و عناصر المنافسة الغير المشروعة والتي هي أساس الدعوى فهي مسائل قانونية بها المحكمة وحدها تختص بها المحكمة وحدها، الشيء الذي يجعل ما تمسكت به الطاعتان مردود. وحول الزعم المتعلق بانتفاء أوجه الشبه، فإن الحديث هنا على العلامة التجارية فقط وليس على الاختراع الذي له شروط خاصة الشيء الذي يتعين معه استبعاد شق الاختراع من المنافسة، اما حديث الطرف المستأنف في الألوان فهو تمويه مقصود ومببب، ذلك أن المنتجات المعروضة في السوق والحاملة للعلامة التجارية ONI المملوكة للعارضة تتضمن ألوان مختلفة بحكم نوع المادة المستخدمة في إنتاج وتسويق منتج النظافة أي أن هناك فرق بين منتج بالحمض والخزامة وفانيليا إلى غير ذلك، علما أن العبوة بتطابق وتشابه الأسماء وزعزعة الاستقرار التجاري لها وممارسة منافسة غير مشروعة بجميع أركانها. اما حديث المستأنفتان على الاختلاف في الرنين الصوتي فهو مردود عليها لان المدعيتين لا تستعمل U بل تستعمل O. ومن جهة ثانية، فان المعيار المحدد لوجود الشبه هو المستهلك العادي البسيط الذي يعتمد على الرؤية وليس القراءة بالرغم

من أن القراءة قد تنطلي على المستهلك المثقف أيضا بحكم تداخل الخطوط. أما الحديث عن شهرة الطرف المستأنف فان هذا الزعم مردود أيضا لكون شركة SULFONATION هي حديثة النشأة ولا تتوفر نهائيا على موطن ثابت بل مجرد محل مخابرة. أما شركة AMA DETERGENT فهي شركة موزعة للعلامة التجارية MIO والتي لا علاقة بها بالعلامة التجارية ONI الشيء الذي يوضح ان المسير الوحيد لكلا الشركتين احدث شركة وجعل محل مخابرة معها فقط ولجأ لإنتاج وتسويق المنتوجات الحاملة للعلامة OVI وليس UVI كما تشير إلى ذلك الصور المرفقة بمحضر الحجز الوصفي وغايته في ذلك سلوك أساليب المنافسة الغير المشروعة، والعارضة باعتبارها مالكة للعلامة التجارية هي الأولى بالحماية القانونية والمسجلة منذ أكثر من 20 سنة مطالبتها بالمنع من الإنتاج والتسويق للعلامة التجارية OVI يجد سنده في القانون وما دأب إليه القضاء. علاوة على ذلك فإن الطرف المستأنف سجلت العلامة التجارية UVI لكنها طرحتها في السوق OVI. والزعم المتعلق افتقار العلامة للابتكار، فإن العلامة التجارية لا يشترط فيها الجدة والابتكار ولكن مجرد التسجيل والسبق في الاستعمال (قرار تحت عدد 1027 صادر بتاريخ 24/06/2009 عن المجلس الأعلى)، وعليه فإن المستأنفة تحاول استغلال سمعة العارضة التجارية وخلق حالة من اللبس في صفوف المستهلكين، خاصة وأن AMA DETERGENT تملك العلامة التجارية MIO ولم تتقدم العارضة بأي دعوى اتجاهها، لهذه الأسباب تلتزم رد جميع دفعات المستأنفة والحكم برد الاستئناف وتحميلها صائر الدعوى.

وبجلسة 27/09/2022 أدلت الطاعنة بواسطة نائبها بمذكرة تعقيبية مفادها أنه حول انتفاء فعل التقليد والمحاكاة، فقد اشترطت المادة 155 شرطا أساسيا يتمثل في حصول الالتباس في ذهن الجمهور بحيث إذا كان هناك اختلاف بين علامتين سواء من حيث الكتابة أو النطق بشكل لا يمكن معه أن يحدث التباس لدى الزبون، فإن ذلك لا يشكل تقليدا، وهو ما أكدته محكمة النقض المجلس الأعلى سابقا، كما أن الثابت من واقع الدعوى أن العلامتين ONI و UVI يشتركان في بعض الألوان والخطوط المكونة لها، إلا أن الثابت كذلك وبصورة ظاهرة لا تحتاج إلى خبرة فيه أن كلا من العلامتين يحملان اسمين مختلفين بحيث أن المستهلك العادي يستطيع التمييز بينها سواء كانت قراءته باللغة الفرنسية أو غيرها وكفي في تقدير هذه المحكمة القول بأنه طالما أن كلا من العلامتين تحمل اسماً مختلفاً عن الآخر، وأن الصورة التي تنطبع في ذهن بعد قراءة علامة UVI تختلف وبلا شك عن الصورة التي تترسخ في المخيلة بعد الإطلاع والنظر على علامة ONI وليست العبرة في أن كلا منها تحتوي على حروف ورموز وصور تحتويه الأخرى، ذلك لأن الاشتراك في اللون لا يوفر التقليد، إذ أن الألوان الموجودة ليست حكرًا لأحد، ولكل من يشاء حق استعمالها، كما وأن اختيار الألوان بطريقة تتفق مع الأخرى لا يدل بذاته على توفر التقليد ولكن وطالما أن علامة UVT لها من السمات والأوصاف والأشكال والرسومات ما يختلف عن علامة « ONI » فلا يمكن القول بتوفر التقليد والذي يعتبر متحققا إذا استعمل في تشكيل علامة ثنائية تركيبية مقارنة للتركيبية التي تتكون منها العلامة الأصلية. أما من حيث ظاهر التشكيك وعندما ينظر إليها أو من حيث الرنة التي تتركها في الأذان عند النطق بها، أو من حيث المعنى أو مضمون الفكرة التي تقوم عليها، فإن التقليد يعتبر متحققا إذا كان الانطباع العام الذي يخلفه النظر إلى العلامة المدعى أنها مقلدة من شأنه أن يخلق الالتباس في ذهن الزبون العادي متوسط الفطنة متى وجد أمام تلك العلامة أي في غياب العلامة الأصلية حيث لا يمكنه حينئذ المقارنة بينها، وأن الأمر يتعلق بمنهج يحمل العلامة الأصلية وأن الحرف الوحيد المشترك بين المنتجين هو الحرف اللاتيني I المتواجد بأخر اسم العلامة التجارية وان اسم العلامة التجارية هو UVI الذي يختلف على المستوى المرئي والسمعي عن اسم منتج المدعية ONI وأن هذه التسمية وحدها مانعة من حدوث أي خلط أو لبس في ذهن المستهلك العادي الذي لا يتصور ان يقع في الخطأ أو الخلط بين منتج العارضة ومنتج المستأنف عليها، وأنه بمقارنة المنتوجات سيتضح ان ليس هناك أي اعتداء من طرف الطاعنة على العلامة التجارية ONI ولا وجود لأي تقليد مؤدي إلى الخلط، وعليه يبقى ما زعمته المستأنف عليها وطالبت به غير مؤسس، لهذه الأسباب تلتزم إلغاء الحكم المستأنف في كل ما قضى به والحكم تصديا برفض الطلب وتحميل المستأنف عليها الصوائر والرسوم.

وبجلسة 25/10/2022 أدلت المستأنف عليها بواسطة نائبها بمذكرة تعقيبية جاء فيها أنه بالالتفات إلى الصور يتضح التشابه الذي يخلق حتما لبس لدى المستهلك العادي والبسيط والمتوسط لكون هذه المنتوجات موجهة لفئة المستهلكين لا يستدعي توفره على ثقافة ومعرفة قانونية بل يؤخذون بالصورة والشكل فقط. كما أن المحكمة تراقب الممارسة الفعلية للعلامة التجارية في السوق التجارية أي المطروحة فعلا وليس المكتوبة بأوراق الموضوعة بالمكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، فتمسك المستأنفة بوجود اختلاف في الكتابة

تهدمه الممارسة الفعلية والحقيقية للعلامة التجارية من طرفها التي لا تجعل مجالاً إلا التصريح بوجود تطابق تام محدثاً لبس بين وواضح، والمستأنفة ورغم الإدلاء بمجموعة من الأحكام القضائية لكن لا تسعفها فيما ذهبت إليه على الإطلاق بل هي دليل يضاف إلى أدلة وجود تشابه مطلق بين العلامتين التجاريتين وبأحقية العارضة في طلبها، خاصة وأن العلامتين تتشكلان من كلمة واحدة فقط ومتصلة ولا فروق بينهما، أما استدلال المستأنفة بالقرار الصادر عن محكمة الاستئناف بتاريخ 08/12/2003 فهو ينصرف إلى كلمتين مركبتين. أما العلامة موضوع الدعوى فهي علامة مجردة ومنفردة فإن قام تشابه قام الكل وخلق اللبس جملة وتفصيلاً، فالتشابه قائم إلى درجة التطابق والعبرة بالممارسة الفعلية وكيفية وشكل طرح العلامة بالسوق التجارية، وقد أدلت العارضة فوتوغرافية مستخرجة ومأخوذة من السوق التجارية لم تكن محل طعن من قبل المستأنفة ولم تدل بما يخالفها وما ينهض حجة لمناقشتها خاصة وأنها تتوافق مع محضر الحجز الوصفي المدلى به من طرف العارضة الشيء الذي يجعل ما تمسكت به المستأنفة غير قائم على أساس لمخالفتها صريح الوثائق المستخرجة وفق الضوابط القانونية، لهذه الأسباب تلتمس رد جميع دفعات المستأنفة والحكم برد الاستئناف وتحميل المستأنفة صائر الدعوى.

وبناء على إدراج الملف بجلسة 22/11/2022 ألقى بالملف مستنجات النيابة العامة، وحضرت الأستاذة تيوك عن الأستاذ عوبيد وكذا الأستاذة العميمي عن الأستاذ فوزي، فتقرر اعتبار القضية جاهزة للبت وحجزها للمداولة للنطق بالقرار بجلسة 13/12/2022.

## محكمة الاستئناف

حيث تمسكت الطاعنة بأوجه الاستئناف المبسوطة أعلاه.

وحيث إنه في إطار دعاوى التزييف عن طريق التقليد كما هو مشار إليه بالفقرة الأخيرة من المادة 155 من قانون 17-97 يجب على المحكمة من أجل التثبت من وجود تزييف إجراء مقارنة بين العلامات للتحقق من إمكانية وجود تقليد يؤدي إلى خلق لبس لدى الجمهور يمنعه من تحديد مصدر المنتج والشركة الصانعة وأن المقارنة بين هذه العلامات يجب أن تنصب على العلامة ككل في جميع عناصرها وأن ينظر إليها في مجملها ولا يجوز تجزئتها وتفكيكها لإجراء مقارنة بين كل عنصر من عناصر العلامة لأن العلامة كوحدة غير قابلة للتجزئة.

وحيث أنه بإجراء مقارنة بين علامة المستأنف عليها ONI المسجلة تحت عدد 21749 بتاريخ 22/02/2002 لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية وعلامة الطاعنة UVI المسجلة لدى نفس المكتب تحت رقم 219989 بتاريخ 20/10/2020 بخصوص نفس المنتجات المندرجة في نفس الفئة يتبين أن علامة الطاعنة هي مشابهة لعلامة المستأنف عليها ONI علماً أنها -أي الطاعنة - تروج علامتها UVI عبر كتابتها بطريقة مشابهة إلى حد التطابق لعلامة المستأنف عليها، وهو ما من شأنه خلق لبس لدى الجمهور.

وحيث إن الدور الوظيفي للعلامة التجارية هو تمييز سلع وبضائع التجار المعروضة في السوق، وأن العبرة في قيام التقليد من عدمه هي بأوجه التشابه لا الاختلاف وأن الانطباع الأولي الذي يتولد في ذهن أي شخص عادي عند النظر إلى العلامتين هو وجود تقارب وتشابه بين العلامتين لأن الطاعنة عند إيداع علامتها أودعتها على شكل UVI بينما عند ترويجها لنفس العلامة حافظت على نفس طريقة كتابة الحروف بشكل يطابق طريقة كتابة حروف علامة المستأنف عليها وفي نفس الترتيب حيث أنها تروج علامة مكتوبة على شكل OVI وليس UVI وهو ما من شأنه خلق اللبس أو الخلط في شخصية الصانع أو مصدر المنتج المعروض للبيع الذي يقع فيهما المستهلك المتوسط الذكاء وهو ما أكدته قرار محكمة النقض عدد 526/1 المؤرخ في 27/07/2021 الصادر في الملف 36/1/3/2021 .

وحيث إنه بخصوص ما أثارته الطاعنة من كونها حسنة النية، ولم تهدف من خلال تسجيل علامتها القيام إلى تقليد علامة المستأنف عليها، فلا تأثير له على ما خلصت إليه المحكمة من إمكانية وقوع الغلط لدى المستهلك في شخص الصانع عند استعمال العلامتين معاً، وطالما أن الأجدر بالحماية هو الأسبق في التسجيل المسجل، فإن الحكم الذي قضى ببطلان علامة الطاعنة يكون قد طبق بصفة صحيحة مقتضيات المادتين 137 و161 من قانون 97/17 اللتان تخولان المطالبة ببطلان تسجيل علامة تمس بحقوق سابقة، كما أن إلزام الطاعنة بالتوقف عن استعمال هذه العلامة جاء موافقاً للمادتين 155 و201 اللتان تمنعان استعمال علامة مقلدة لعلامة محمية على

منتوج مشابه للمنتوج المعين عن التسجيل.

وحيث إنه لما كان المشرع قد عدد صور التزييف ضمن مقتضيات المواد 154 و155 من قانون 97/17 وأوضح صراحة أن التزييف يكون قائما في حق التاجر الذي يقوم بعرض للبيع منتجات تحمل علامة تجارية مسجلة ومحمية ومملوكة للغير بدون موافقته أو وجود ترخيص سابق، ولما كانت المفوضة القضائية عند إنجاز المحضر المذكور لم تتجاوز المهمة المسندة إليها بل إنها قامت بإجراء المعاينة وانتقلت إلى محل الطاعة وعينت تواجد عينات من السلع وأنجزت مهمتها وفق ما يمليه عليها القانون، ولم يصدر عنها أي رأي قانوني أو فني، مما تبقى معه المنازعة المثارة بشأن محضر الحجز في غير محلها ويتعين ردها، وبالتالي فإن عرض الطاعة كما هو ثابت من المحضر المذكور لمنتجات تحمل علامة UVI المكتوبة بشكل مطابق لعلامة المستأنف عليها ONI وبنفس الشكل والألوان، علما ان مالكة العلامة المسجلة قامت عند التسجيل بتعيين نفس المنتجات للحماية من المنافسة، تكون قد ارتكبت فعل التزييف طبقا للمادة 201 من قانون 79/17 التي تمنع كل مساس بحقوق مالك علامة مسجلة، وتبعا لكل ما ذكر تبقى الدفوع المثارة من طرف الطاعة في غير محلها ويتعين ردها.

وحيث إنه بخصوص ما تتمسك به الطاعة بأن المادتين 133 و134 من القانون 79/17 كما عدل وتمم بمقتضى القانونين 13-23 و31-05 تشترطان لكي تميز شارة ما علامة محمية أن تكتسي طابعا مميزا، ولتكون كذلك يجب ان تتسم بخاصية الإبداع والابتكار، فإن الثابت أن المشرع المغربي تكفل بموجب القانون رقم 79/17 المتعلق بالملكية الصناعية وهو الجاري به العمل بحماية علامة الصنع والتجارة والخدمة من كل تقليد أو تزييف أو منافسة غير مشروعة ولم يرد بخصوصه خاصة مادتيه 133 و134 ما يلزم بان تتميز العلامة المطلوب حمايتها بالجدة والابتكار والإبداع، كما هو متطلب في الرسم أو النموذج الصناعي، وإنما اكتفى بان تكون مجسدة خطيا ومميزة عن غيرها من العلامات الأخرى (راجع بهذا الشأن قرار محكمة النقض عدد 906 المؤرخ في 23/06/2011 في الملف التجاري عدد 860/3/1/2010) مما تبقى معه علامة المستأنف عليها ONI علامة مميزة ولا تعد بالتالي بيانا لازما ولا نوعيا للمنتج موضوع العلامة خلافا لما أثارته الطاعة عن غير صواب.

وحيث إن الثابت من أوراق الملف أن المستأنفة متخصصة في تصنيع وبيع منتجات النظافة تحت مجموعة من العلامات التجارية المسجلة بالمكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية ومن ضمن تلك المنتجات النموذج الصناعي المتعلق بالعينة تحت عدد 25564 المسجل بتاريخ 09/02/2021.

وحيث إنه وبعد الاطلاع على النموذج المتنازع حوله يتبين انه نموذج شائع ليس فيه أي طابع إبداعي باعتباره مجرد قنينة عادية لا تتضمن أية مواصفات مختلفة عن أمثالها مما هو متداول في السوق، وطابعها الخارجي لا يوحي بالجدة حتى تعتبر شكلا جديدا يستحق الحماية القانونية، لذلك يكون ما خلص إليه الحكم المستأنف في هذا الجانب في محله ويتعين لأجله رد الدفوع المثارة بهذا الصدد.

وحيث إنه واستنادا لما تم تفصيله فإنه يتعين رد الاستئناف وتأييد الحكم المطعون فيه.

وحيث إنه يتعين تحميل المستأنفة الصائر.

**لهذه الأسباب**

فإن محكمة الاستئناف التجارية بالدار البيضاء وهي تبت انتهائيا علينا وحضوريا :

**في الشكل:** قبول الاستئناف.

**في الموضوع :** برده وتأييد الحكم المستأنف مع إبقاء الصائر على رافعته.

## Version française de la décision

---

### **Après délibération conformément à la loi,**

Attendu que la société AMA DETERGENT et la société SULFONATION ont interjeté appel, par le biais de leur avocat, par acte d'appel signifié le 9 juin 2022, du jugement n° 4121 rendu par le tribunal de commerce de Casablanca le 18 avril 2022 dans l'affaire n° 1334/8211/2022, lequel jugement a ordonné la radiation de la marque UVI appartenant à la société SULFONATION et enregistrée auprès de l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC) le 20 octobre 2020 sous le numéro 219989 du registre national des marques, après que ce jugement soit devenu définitif ; la radiation du modèle industriel enregistré auprès de l'OMPIC le 9 février 2021 sous le numéro 25564 du registre national des dessins et modèles industriels, après que ce jugement soit devenu définitif ; l'interdiction aux appelantes d'utiliser la marque faisant l'objet de la radiation ; la cessation de l'exposition et de la vente des produits portant une marque contrefaisant la marque appartenant à l'intimée, sous peine d'une astreinte de 5 000 dirhams par infraction après la signification du jugement et sa force exécutoire ; la destruction des produits objet du procès-verbal dressé le 19 janvier 2022 ; la condamnation solidaire des appelantes au paiement à l'intimée de la somme de 50 000 dirhams à titre de dommages-intérêts ; la publication du présent jugement après qu'il soit devenu définitif dans deux journaux, l'un en langue arabe et l'autre en langue française, aux frais des appelantes, et la mise des dépens à leur charge, tout en rejetant les autres demandes.

### **En la forme :**

Attendu que le jugement attaqué a été signifié aux appelantes le 26 mai 2022, selon ce qui ressort du dossier de signification joint à l'acte d'appel, et qu'elles ont interjeté appel le 9 juin 2022, soit dans le délai légal ; et considérant que l'appel remplit toutes les autres conditions de forme requises par la loi, en termes de qualité et de paiement, il convient de le déclarer recevable en la forme.

### **Au fond :**

Attendu qu'il ressort des pièces du dossier et du contenu du jugement attaqué que la demanderesse, la société SOURCE CHIMIE, a, par le biais de son avocat, introduit une action en justice devant le tribunal de commerce de Casablanca, dans laquelle elle a exposé qu'elle est spécialisée dans la fabrication de produits de nettoyage qu'elle commercialise sous la marque « ONI », avec tous ses éléments, nom, dessins et couleurs, et qui lui appartient en vertu de la déclaration de dépôt et de propriété délivrée par l'OMPIC sous le numéro 21749 du 22 février 2002, ainsi que du dessin industriel relatif au flacon de liquide sous le numéro 22565, date d'enregistrement le 24 août 2017 ; qu'elle a été surprise de constater l'exposition d'un liquide de nettoyage portant la marque OVI, qui est une imitation de sa marque ONI, dans un commerce situé dans le quartier Hay Akiou Drarga à Agadir ; qu'elle a acheté des échantillons de la marchandise contrefaite et a découvert qu'elle appartenait à la société SULFONATION, propriétaire de la marque UVI ; qu'elle a obtenu, le 19 janvier 2022, une ordonnance du président du tribunal de commerce d'Agadir sous le numéro 153, dossier numéro 2022/8103/153, pour effectuer une constatation et une saisie descriptive ; et que, sur cette base, l'huissier de justice Hanane Bezzakri a dressé un procès-verbal d'exécution d'une ordonnance judiciaire de constatation, dans lequel il lui est apparu que la société propriétaire de la marque UVI avait imité la marque de la demanderesse, en déformant sa marque

et en créant une similitude et une imitation entre les deux, ce qui est susceptible de créer une confusion chez le consommateur moyen et de constituer un acte de concurrence déloyale, sachant que le procès-verbal d'exécution et les photos qui y sont jointes, extraites du commerce objet de la constatation, ont prouvé que le distributeur de cette marque est la société propriétaire de la marque MIO, et que la société productrice est la défenderesse, la société SULFONATION, gérée par M. Radi Anwar, qui a enregistré la marque UVI auprès de l'OMPIC le 20 octobre 2020 sous le numéro 219989 et le dessin et modèle industriel du flacon le 9 février 2021, numéro de dépôt 25564, et que la société distributrice est la société propriétaire de la marque MIO, concurrente de la demanderesse sur le marché, et que le gérant, M. Radi Anwar, est le même gérant de la société AMA DETERGENT ; qu'en conséquence, l'utilisation de cette marque sous une forme déformée lui porte préjudice et met en danger sa réputation commerciale, d'autant plus que la demanderesse est la première à avoir enregistré son nom commercial au registre du commerce, tandis que la défenderesse a enregistré la même marque ultérieurement au registre du commerce ; qu'elle demande en conséquence que les défenderesses soient condamnées à la radiation de la marque UVI appartenant à la défenderesse, la société SULFONATION, déposée et enregistrée auprès de l'OMPIC le 20 octobre 2020 sous le numéro 219989, et du dessin et modèle industriel enregistré le 9 février 2021, dépôt 25564, sous peine d'une astreinte de 5 000 dirhams par jour de retard ; et qu'en cas de refus avéré, le président du service du registre du commerce et le directeur de l'OMPIC soient autorisés à radier la marque susmentionnée ; que les défenderesses soient condamnées à cesser d'utiliser la marque dont la radiation est demandée dans leurs correspondances et documents, sous peine d'une astreinte de 5 000 dirhams par jour de retard, et à cesser d'exposer à la vente, d'importer et de distribuer tous les produits portant une marque contrefaite ou imitée des marques de la demanderesse, et à cesser les actes de contrefaçon, d'imitation et de concurrence déloyale à l'égard de ses marques, sous peine d'une astreinte de 5 000 dirhams par infraction constatée après le prononcé du jugement ; que la destruction des marchandises contrefaites et imitées saisies en vertu de l'ordonnance présidentielle objet du procès-verbal de saisie soit ordonnée ; que les défenderesses soient condamnées solidairement au paiement à son profit de 6 000 000 dirhams à titre de dommages-intérêts pour le préjudice subi du fait de leurs agissements illégaux ; que la publication du jugement à intervenir dans deux journaux, l'un en langue arabe et l'autre en langue française, aux frais des défenderesses soit ordonnée ; que les dépens soient mis à la charge des défenderesses ; que la durée maximale de la contrainte par corps soit fixée ; que le jugement soit assorti de l'exécution provisoire ; et qu'il soit statué sur les dépens conformément à la loi.

Attendu qu'après l'échange des conclusions et des réponses entre les parties, et l'accomplissement des procédures procédurales, le tribunal a rendu le jugement susvisé, qui est le jugement attaqué.

## **Motifs de l'appel :**

Attendu que les motifs de l'appel sont que le jugement attaqué est erroné en ce qu'il n'est fondé ni sur une base légale ni sur une base factuelle solides ; que, compte tenu de l'effet dévolutif de l'appel, l'appel a pour effet de porter à nouveau le litige dans son intégralité devant la juridiction de second degré, et que cet effet permet à la cour d'appel de réexaminer toutes les questions relatives au litige, qu'elles soient de fait ou de droit ; que le contexte et le cadre juridique dans lesquels s'inscrit la présente affaire concernent l'application correcte des dispositions de l'article 155 de la loi 17/97 ; que le tribunal de première instance a donné une motivation erronée lorsqu'il a jugé que la production du produit contrefait par les exposantes était établie et qu'il existait une similitude entre les deux produits, malgré la différence flagrante entre eux ; que, d'autre part, le tribunal de première instance, lorsqu'il a écarté sans motivation claire et légale les arguments de l'exposante qui prouvent qu'elle n'a pas procédé à la contrefaçon ou à l'imitation et qu'elle n'a pas utilisé le mot essentiel de la marque de l'intimée, et qu'il a conclu avec une hésitation empreinte de contradiction que, malgré le fait que le mot essentiel diffère dans les première et deuxième lettres, cela n'est pas de nature à dissiper la confusion, a mal appliqué la

loi, car la seule lettre commune aux deux produits est la lettre latine I qui se trouve à la fin du nom de la marque, et que le nom de la marque est UVI, qui diffère visuellement et phonétiquement du nom du produit de l'intimée, ONI, et que cette dénomination à elle seule empêche toute confusion ou risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen, qui ne peut imaginer se tromper ou confondre les deux produits ; qu'ils diffèrent également, premièrement, par la police de caractères utilisée et qu'ils ont une seule lettre en commun, la lettre I qui se trouve à la fin du nom de chaque marque, et que le nombre total de lettres composant chaque marque est de trois lettres, et que la présence d'une seule lettre en commun ne permet pas de conclure à l'existence d'une quelconque similitude, contrairement à ce qu'a retenu le jugement attaqué ; qu'en outre, le nom de la marque de l'appelante est UVI, qui est l'abréviation de l'expression suivante : ULTRA INTENSIVE DISHES, et que les modèles des exposantes ne peuvent en aucun cas créer une confusion dans l'esprit du consommateur et ne peuvent l'induire en erreur, car le nom de sa marque est totalement différent du nom de la marque de l'intimée, d'autant plus que le modèle industriel UVI est enregistré conformément aux règles légales en la matière auprès de l'OMPIC sous le numéro 219989 en date du 20 octobre 2020 et qu'il a été publié au public dans le Bulletin officiel de la propriété industrielle ; que les produits de la marque UVI, l'emballage et l'étiquette, sont également protégés par un certificat d'enregistrement des dessins et modèles industriels enregistré le 2 septembre 2021 sous le numéro 25564, qui respecte également les conditions de validité de l'enregistrement prévues par la loi et qui a été publié au Bulletin officiel des dessins et modèles industriels n° 04/2021, de sorte que les modèles industriels produits par la société SULFONATION sont protégés légalement et conformément aux règles prévues par la loi 97/17 modifiée et complétée par la loi n° 31/05 et la loi 23/13 ; que la constatation de l'existence d'une concurrence déloyale repose sur la création d'une confusion dans l'esprit du consommateur, et que le produit de l'exposante est un produit indépendant des produits de l'intimée, portant un nom et une forme qui lui sont propres et qui le distinguent des autres produits, notamment des produits de l'intimée ; qu'en outre, le jugement attaqué n'a pas tenu compte du fait que l'intimée a, de mauvaise foi, demandé l'enregistrement d'un modèle industriel auprès de l'OMPIC portant le nom UVI, malgré son importance et son incidence sur le cours de l'instance ; que le tribunal de première instance a fondé son jugement attaqué sur les allégations vaines et dénuées de fondement de l'intimée, et qu'il n'a recouru à aucun des moyens légalement disponibles pour vérifier le bien-fondé du moyen invoqué, qui est prouvé par le certificat délivré par l'OMPIC ; que l'intimée a gardé le silence sur l'ordonnance susmentionnée et n'a pas pu y répondre ou la commenter, et que le tribunal l'a suivie dans sa position ; que l'une des manifestations de la mauvaise foi dans le procès est la déformation des faits, de sorte que l'intimée agit de mauvaise foi et dissimule des faits à la justice ; et que la formulation de l'article 5 du Code de procédure civile est rédigée de manière à imposer le respect du principe de la bonne foi dans le procès, et qu'à la lumière de ce principe, tout plaideur titulaire d'un droit doit l'exercer sans intention de nuire à autrui.

Attendu que, s'agissant de l'illégalité et du manque de crédibilité du procès-verbal descriptif, le jugement attaqué n'a pas tenu compte des arguments des appelantes concernant les irrégularités qui entachent le procès-verbal descriptif, qui est dépourvu des mentions légales obligatoires ; qu'en se référant au procès-verbal descriptif invoqué dans l'acte introductif d'instance, il apparaît qu'il a été dressé en violation de l'article 222 de la loi n° 17-97, car il contient des conclusions et des déductions de la part de l'huissier de justice, Mme Hanane Bezzakri, ce qui sort du cadre de sa compétence et dépasse les attributions qui lui sont légalement conférées.

Attendu que, s'agissant de l'argument des exposantes selon lequel il n'y a pas de similitude, le nom commercial de l'intimée est totalement différent, car le nom UVI est composé des lettres I, V et U, tandis que le nom du produit de l'intimée est ONI, composé des lettres I, N et O, et que les deux produits se distinguent l'un de l'autre principalement par la forme de l'emballage, qui est différente ; que le procès-verbal de saisie descriptive produit n'est pas une preuve de l'existence de l'imitation, et que le tribunal peut s'en inspirer, ainsi que des autres pièces, pour déduire l'existence de l'imitation et de la

concurrence déloyale ; qu'en outre, le jugement attaqué s'est écarté de la vérité en négligeant de débattre de ce qui a été soulevé concernant un ensemble de caractéristiques légales, notamment les caractéristiques relatives à l'identité visuelle ; que la différence se manifeste dans la forme des emballages utilisés pour chaque produit, ainsi que dans les détails qui composent le produit, qui décrivent les composants de chaque produit et qui constituent l'identité visuelle du produit ; que les expressions, les couleurs et les images utilisées pour chaque produit diffèrent clairement, selon le détail suivant : présence de l'expression « détergent efficace » écrite en rouge vif en français et en arabe ; différence dans le nom des deux produits, l'un étant UVI et l'autre ONI, le nom de la marque de l'exposante étant UVI, qui est l'abréviation de l'expression suivante : ULTRA VAISSELLE INTENSIVE, tandis que le nom de la marque de l'intimée, ONI, est fictif et n'a aucun sens ; différence au niveau de l'écriture et de la couleur utilisée dans l'expression « VAISSELLE » écrite sur le produit de l'appelante en blanc sur fond vert, tandis que l'intimée a utilisé l'expression « VAISSELLE - DISHES » en rouge et blanc sur fond bleu ; image du citron qui indique le parfum utilisé dans son produit se trouve en bas de l'emballage et il s'agit d'un seul citron sur lequel est écrit le mot « citron » en français et en anglais, tandis que l'appelante a indiqué le parfum utilisé dans le produit par des moitiés de citron en haut du produit, et il n'y a aucune similitude possible ; le fond de l'eau utilisée dans le produit de l'intimée porte une image de vagues sur laquelle est écrit le volume du produit, 750 ml, qui est le volume utilisé dans les emballages liquides de nettoyage, tandis que l'intimée a utilisé une image de carrelage ; et que, pour que la marque qui la compose ait un caractère distinctif, elle doit être capable de donner à ces produits ou services une identité propre qui empêche leur confusion avec d'autres produits et services concurrents, ce qui impose qu'elle se distingue des marques utilisées pour les produits ou services concurrents ; que tous les produits liquides de nettoyage proposés sur le marché marocain ont une forme d'emballage similaire et que la différence entre les produits est claire au niveau du nom et de la qualité de chaque produit ; et que cette dénomination à elle seule empêche toute confusion ou risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen, qui ne peut imaginer se tromper ou confondre le produit de l'appelante et le produit de l'intimée.

Attendu qu'en outre, le jugement attaqué a conclu à un jugement contraire à la loi sans apprécier la différence existant au niveau de la sonorité des deux produits objet du litige ; qu'en effectuant une comparaison entre la sonorité de la prononciation de chacune des deux marques, il apparaît qu'il existe une grande différence de prononciation : pour le produit UVI, le son U /y/ se prononce en rassemblant la bouche en essayant de prononcer i, la forme de la bouche est arrondie et légèrement ouverte, les lèvres sont dirigées vers l'avant et la langue est dirigée vers le haut pour toucher les dents du bas, tandis que pour le produit ONI, le son émis par la prononciation de ON nécessite de

presque fermer la bouche et arrondir les lèvres comme pour prononcer la lettre O, le mouvement de la langue est dirigé vers l'arrière et la respiration se fait par le nez et la bouche ; qu'en outre, les modèles de l'appelante ne peuvent en aucun cas créer une confusion dans l'esprit du consommateur et ne peuvent l'induire en erreur, car la forme des flacons de l'exposante est totalement différente de celle des flacons de la demanderesse et il n'y a aucun point de similitude dans la forme.

Attendu que, s'agissant des caractéristiques relatives aux dessins et modèles industriels, le produit de l'intimée est dépourvu de l'élément de nouveauté qui lui permettrait de bénéficier d'une protection juridique, car la forme du flacon ne constitue aucune innovation ni nouveauté particulière ; que les modèles des exposantes ne peuvent en aucun cas créer une confusion chez le consommateur et ne peuvent l'induire en erreur, car la forme des flacons des exposantes est totalement différente de celle des flacons de la demanderesse et il n'y a aucun point de similitude dans la forme ; que le modèle industriel enregistré par l'intimée sous le numéro 22565 concerne des flacons d'un produit destiné au lavage de la vaisselle, simple et courant, sans qu'il remplisse les conditions de protection prévues à l'article 104 de la loi 17/97 modifiée et complétée par la loi 31/05 et la loi 23/13 ; qu'à la simple observation et sans qu'il

soit besoin d'une enquête, on peut constater l'aspect habituel et courant des deux produits, dont la forme de l'emballage évoque les produits destinés aux poudres de lavage de la vaisselle (article 124 de la loi n° 97/17) ; que le critère pour déterminer l'existence ou non d'une imitation de la marque est la présence d'une similitude entre les deux marques qui est susceptible de créer une confusion chez le consommateur moyen ; qu'en conséquence, le jugement attaqué est erroné en ce qu'il a statué ; et qu'en conséquence de tout ce qui précède, il convient d'infirmer le jugement de première instance attaqué en toutes ses dispositions et de statuer en rejetant la demande et en mettant les dépens à la charge de l'intimée.

Attendu qu'à l'audience du 26 juillet 2022, l'intimée, par le biais de son avocat, a déposé un mémoire en réponse dans lequel elle a soutenu que le fait que la partie appelante prétende être propriétaire du modèle industriel et de la marque ne l'autorise pas à concurrencer l'exposante de manière déloyale, ce que la jurisprudence a défini dans l'arrêt rendu par la cour d'appel de commerce de Casablanca le 22 février 2000 sous le numéro 403/100 dans l'affaire numéro 1764/99/10 ; que l'appelante a enregistré la marque UVI mais l'a commercialisée sous le nom OVI, et que la marque commerciale de l'exposante est ONI, ce qui montre clairement la différence visuelle entre les deux marques, à savoir ONI=OVI N ; que cette similitude, voire cette identité, rend difficile pour le consommateur ordinaire de les distinguer, et que le critère retenu par la jurisprudence pour apprécier l'existence ou non d'une similitude est le suivant ; que le procès-verbal descriptif et les photographies qui y sont jointes montrent clairement la situation réelle et actuelle des deux marques sur le marché, d'autant plus que la partie appelante a utilisé la même forme géométrique, les mêmes couleurs et le même rayonnement lumineux, c'est-à-dire la même représentation visuelle, qui est à la base de la commercialisation du produit et du canal par lequel il parvient à l'esprit du consommateur moyen, indépendamment de la réduction du prix, c'est-à-dire une concurrence déloyale dans tous ses aspects ; que, s'agissant de l'allégation relative à la bonne foi, si l'OMPIC a refusé d'enregistrer la marque OVI en raison de sa similitude avec UVI, c'est une preuve supplémentaire de la véracité des arguments de l'exposante ; que la différence d'une seule lettre rend la similitude effective et la radiation obligatoire ; que la différence entre U et O rend la différence nulle, et donc l'enregistrement impossible ; et que ce qui s'applique à cette marque s'applique à la marque objet du présent litige.

Attendu que, s'agissant de l'allégation relative à l'illégalité et au manque de crédibilité du procès-verbal, la partie appelante n'a absolument pas contesté la production, la distribution et la vente du produit mentionné dans le procès-verbal de saisie, et n'a absolument pas contesté les photos qui y sont jointes ; que la question de la comparaison entre les deux produits n'est pas obligatoire pour le tribunal, qui dispose d'un pouvoir d'appréciation pour déterminer l'existence ou non d'une similitude, et qu'il n'est soumis à aucun contrôle, si ce n'est sur le point de l'application de la loi par la Cour de cassation ; qu'en conséquence, le procès-verbal de saisie descriptive a prouvé des faits purement matériels non contestés et qu'il ne constitue pas une condition essentielle pour intenter l'action ; que le procès-verbal descriptif est un moyen légal de prouver un fait matériel ; que la similitude, les éléments constitutifs de l'imitation et les éléments de la concurrence déloyale, qui sont à la base de l'action, sont des questions de droit dont le tribunal est seul compétent ; ce qui rend irrecevables les arguments des appelantes.

Attendu que, s'agissant de l'allégation relative à l'absence de similitude, il est question ici de la marque uniquement et non de l'invention, qui est soumise à des conditions particulières, de sorte qu'il convient d'exclure l'aspect de l'invention de la concurrence ; que l'argument de la partie appelante concernant les couleurs est une dissimulation intentionnelle et préméditée, car les produits commercialisés et portant la marque ONI appartenant à l'exposante comportent des couleurs différentes en raison du type de matière utilisée dans la production et la commercialisation du produit de nettoyage, c'est-à-dire qu'il existe une différence entre un produit au citron, à la lavande, à la vanille, etc. ; que le critère est la concordance et la similitude des noms, la perturbation de la stabilité commerciale de celle-ci et la pratique d'une concurrence déloyale dans tous ses aspects ; que l'argument des appelantes concernant la différence de

sonorité est irrecevable, car les demanderesses n'utilisent pas U mais O ; que, d'autre part, le critère déterminant pour l'existence de la similitude est le consommateur moyen ordinaire qui se fie à la vue et non à la lecture, même si la lecture peut tromper le consommateur cultivé également en raison de l'imbrication des lignes ; que l'argument relatif à la notoriété de la partie appelante est également irrecevable, car la société SULFONATION est de création récente et ne dispose absolument pas d'un siège social fixe, mais seulement d'un local de laboratoire ; que la société AMA DETERGENT est une société distributrice de la marque MIO, qui n'a aucun lien avec la marque ONI, ce qui montre que l'unique gérant des deux sociétés a créé une société et n'a fait qu'y adjoindre un local de laboratoire, et qu'il a eu recours à la production et à la commercialisation des produits portant la marque OVI et non UVI, comme le montrent les photos jointes au procès-verbal de saisie descriptive, et que son but est de recourir à des méthodes de concurrence déloyale ; et que l'exposante, en tant que propriétaire de la marque, est la première à bénéficier de la protection juridique et est enregistrée depuis plus de 20 ans, et que sa demande d'interdiction de production et de commercialisation de la marque OVI est fondée en droit et conforme à la jurisprudence.

Attendu qu'en outre, la partie appelante a enregistré la marque UVI mais l'a commercialisée sous le nom OVI ; que, s'agissant de l'allégation selon laquelle la marque est dépourvue de nouveauté, la marque n'est pas tenue de présenter un caractère de nouveauté et d'innovation, mais seulement d'être enregistrée et d'être la première à être utilisée (arrêt n° 1027 du 24 juin 2009 de la Cour suprême) ; qu'en conséquence, l'appelante tente d'exploiter la réputation commerciale de l'exposante et de créer une confusion chez les consommateurs, d'autant plus que la société AMA DETERGENT est propriétaire de la marque MIO, et que l'exposante n'a intenté aucune action à son encontre ; que, pour ces motifs, elle demande le rejet de tous les arguments de l'appelante et le rejet de l'appel, en mettant les dépens à la charge de celle-ci.

Attendu qu'à l'audience du 27 septembre 2022, l'appelante, par le biais de son avocat, a déposé un mémoire en réplique dans lequel elle a soutenu que, s'agissant de l'absence d'acte de contrefaçon et d'imitation, l'article 155 a posé une condition essentielle qui est la création d'une confusion dans l'esprit du public ; que s'il existe une différence entre deux marques, que ce soit au niveau de l'écriture ou de la prononciation, de telle sorte qu'il ne peut y avoir de confusion chez le client, cela ne constitue pas une contrefaçon, ce qu'a confirmé la Cour de cassation (ex-Conseil suprême) ; que, s'il est constant, en l'espèce, que les deux marques ONI et UVI ont en commun certaines couleurs et lignes qui les composent, il est également constant, et de manière évidente, qu'il n'est pas besoin d'expertise pour constater que chacune des deux marques porte un nom différent, de sorte que le consommateur moyen peut les distinguer, que sa lecture soit en français ou dans une autre langue ; qu'il suffit, pour apprécier la présente affaire, de dire que, dès lors que chacune des deux marques porte un nom différent de l'autre, et que l'image qui s'imprime dans l'esprit après la lecture de la marque UVI est sans aucun doute différente de l'image qui se fixe dans l'imagination après avoir vu et observé la marque ONI, et que le critère n'est pas que chacune d'elles contienne des lettres, des symboles et des images que l'autre contient ; que le fait d'avoir des couleurs en commun ne constitue pas une contrefaçon, car les couleurs existantes ne sont la propriété exclusive de personne, et que chacun est libre de les utiliser ; que le choix de couleurs d'une manière conforme à l'autre ne prouve pas en soi l'existence d'une contrefaçon ; que, dès lors que la marque UVI possède des caractéristiques, des descriptions, des formes et des dessins qui la distinguent de la marque ONI, on ne peut conclure à l'existence d'une contrefaçon, qui est considérée comme établie si, dans la composition d'une seconde marque, on utilise une combinaison proche de la combinaison qui compose la marque originale ; que, s'agissant de l'aspect de la composition lorsqu'on la regarde, ou de la sonorité qu'elle laisse dans les oreilles lorsqu'on la prononce, ou du sens ou du contenu de l'idée sur laquelle elle repose, la contrefaçon est considérée comme établie si l'impression générale que laisse la vue de la marque prétendument contrefaite est de nature à créer une confusion dans l'esprit du client moyen normalement attentif lorsqu'il se trouve devant cette marque, c'est-à-dire en l'absence

de la marque originale, où il ne peut alors pas les comparer ; qu'il s'agit d'un produit portant la marque originale ; que la seule lettre commune aux deux produits est la lettre latine I qui se trouve à la fin du nom de la marque ; que le nom de la marque est UVI, qui diffère visuellement et phonétiquement du nom du produit de la demanderesse, ONI ; que cette dénomination à elle seule empêche toute confusion ou risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen, qui ne peut imaginer se tromper ou confondre le produit de l'exposante et le produit de l'intimée ; qu'en comparant les produits, il apparaîtra qu'il n'y a aucune atteinte de la part de l'appelante à la marque ONI et qu'il n'y a aucune contrefaçon susceptible d'entraîner une confusion ; qu'en conséquence, ce que l'intimée a prétendu et demandé est non fondé ; que, pour ces motifs, elle demande l'infirmité du jugement attaqué en toutes ses dispositions et le rejet de la demande, en mettant les dépens à la charge de l'intimée.

Attendu qu'à l'audience du 25 octobre 2022, l'intimée, par le biais de son avocat, a déposé un mémoire en réplique dans lequel elle a soutenu que, si l'on observe les photos, la similitude qui crée nécessairement une confusion chez le consommateur ordinaire, simple et moyen est évidente, car ces produits sont destinés à une catégorie de consommateurs qui ne sont pas tenus d'avoir une culture et des connaissances juridiques, mais qui se fient uniquement à l'image et à la forme ; que le tribunal contrôle l'utilisation effective de la marque sur le marché, c'est-à-dire celle qui est effectivement commercialisée et non celle qui est écrite sur des papiers déposés à l'OMPIC ; que l'argument de l'appelante selon lequel il existe une différence d'écriture est contredit par l'utilisation effective et réelle de la marque par elle-même, qui ne laisse aucune place au doute quant à l'existence d'une identité totale créant une confusion claire et évidente ; que l'appelante, malgré la production d'un ensemble de décisions de justice, n'est absolument pas confortée dans ses prétentions, mais qu'au contraire, ces décisions constituent une preuve supplémentaire de l'existence d'une similitude absolue entre les deux marques et du bien-fondé de la demande de l'exposante, d'autant plus que les deux marques sont composées d'un seul mot, qui est continu et sans différence entre elles ; que l'arrêt de la cour d'appel du 8 décembre 2003 invoqué par l'appelante concerne deux mots composés ; que la marque objet du litige est une marque abstraite et unique, de sorte que s'il y a similitude, il y a similitude totale et création d'une confusion dans son ensemble et dans le détail ; que la similitude est effective au point de constituer une identité ; que le critère est l'utilisation effective et la manière dont la marque est commercialisée sur le marché ; que l'exposante a produit une photographie extraite et prise sur le marché qui n'a pas été contestée par l'appelante, qui n'a pas produit d'éléments contraires ni d'arguments pour la contester, d'autant plus qu'elle est conforme au procès-verbal de saisie descriptive produit par l'exposante ; ce qui rend l'argument de l'appelante non fondé, car il est contraire aux pièces produites conformément aux règles légales ; que, pour ces motifs, elle demande le rejet de tous les arguments de l'appelante et le rejet de l'appel, en mettant les dépens à la charge de l'appelante.

Attendu que, le dossier ayant été inscrit au rôle de l'audience du 22 novembre 2022, les conclusions du ministère public ont été jointes au dossier ; que Maître Tiouk, pour Maître Oubid, et Maître El Amimi, pour Maître Fawzi, ont comparu ; qu'il a été décidé de considérer l'affaire en état d'être jugée et de la mettre en délibéré pour que l'arrêt soit rendu à l'audience du 13 décembre 2022.

## **Cour d'appel**

Attendu que l'appelante a maintenu les moyens d'appel exposés ci-dessus.

Attendu que, dans le cadre des actions en contrefaçon par imitation, comme il est indiqué au dernier alinéa de l'article 155 de la loi 17-97, le tribunal doit, pour constater l'existence d'une contrefaçon, procéder à une comparaison entre les marques afin de vérifier la possibilité d'une imitation susceptible de créer une confusion chez le public l'empêchant de déterminer l'origine du produit et la société fabricante ; que la comparaison entre ces marques doit porter sur la marque dans son ensemble, dans tous ses éléments, et qu'il faut la considérer dans sa globalité et ne pas la décomposer ni la fragmenter

pour effectuer une comparaison entre chaque élément de la marque, car la marque est une unité indivisible.

Attendu qu'en effectuant une comparaison entre la marque de l'intimée, ONI, enregistrée sous le numéro 21749 le 22 février 2002 auprès de l'OMPIC, et la marque de l'appelante, UVI, enregistrée auprès du même office sous le numéro 219989 le 20 octobre 2020 pour les mêmes produits appartenant à la même classe, il apparaît que la marque de l'appelante est similaire à la marque de l'intimée ONI, étant donné qu'elle - l'appelante - commercialise sa marque UVI en l'écrivant d'une manière similaire, voire identique, à la marque de l'intimée, ce qui est susceptible de créer une confusion chez le public.

Attendu que le rôle de la marque est de distinguer les produits des commerçants proposés sur le marché ; que le critère pour déterminer l'existence ou non d'une imitation est la similitude et non la différence ; que la première impression qui se dégage dans l'esprit de toute personne ordinaire lorsqu'elle regarde les deux marques est l'existence d'une

proximité et d'une similitude entre les deux marques, car l'appelante, lors du dépôt de sa marque, l'a déposée sous la forme UVI, alors que lors de la commercialisation de la même marque, elle a conservé la même manière d'écrire les lettres, de manière identique à la manière d'écrire les lettres de la marque de l'intimée et dans le même ordre, puisqu'elle commercialise une marque écrite sous la forme OVI et non UVI, ce qui est susceptible de créer une confusion ou un risque de confusion sur l'identité du fabricant ou l'origine du produit proposé à la vente, confusion dans laquelle peut tomber le consommateur moyennement intelligent, ce qu'a confirmé l'arrêt de la Cour de cassation n° 526/1 du 27 juillet 2021 rendu dans l'affaire 36/1/3/2021.

Attendu que, s'agissant de ce que l'appelante a soulevé, à savoir qu'elle est de bonne foi et qu'elle n'a pas eu l'intention, en enregistrant sa marque, d'imiter la marque de l'intimée, cela n'a aucune incidence sur ce que la cour a conclu quant à la possibilité d'une erreur du consommateur sur l'identité du fabricant lors de l'utilisation des deux marques ensemble ; que, dès lors que celui qui mérite le plus d'être protégé est celui qui a enregistré sa marque en premier, le jugement qui a prononcé la nullité de la marque de l'appelante a correctement appliqué les dispositions des articles 137 et 161 de la loi 97/17 qui permettent de demander la nullité de l'enregistrement d'une marque portant atteinte à des droits antérieurs ; et que le fait de contraindre l'appelante à cesser d'utiliser cette marque est conforme aux articles 155 et 201 qui interdisent l'utilisation d'une marque imitant une marque protégée sur un produit similaire au produit désigné lors de l'enregistrement.

Attendu que, le législateur ayant énuméré les cas de contrefaçon dans les dispositions des articles 154 et 155 de la loi 97/17 et ayant expressément précisé que la contrefaçon est constituée à l'encontre du commerçant qui propose à la vente des produits portant une marque enregistrée, protégée et appartenant à autrui sans son consentement ou sans autorisation préalable ; que l'huissier de justice, lors de la rédaction du procès-verbal susmentionné, n'a pas outrepassé la mission qui lui était confiée, mais qu'elle a procédé à la constatation, s'est rendue dans les locaux de l'appelante, a constaté la présence d'échantillons de marchandises et a accompli sa mission conformément à ce que la loi lui prescrit, sans émettre d'avis juridique ou technique ; que la contestation soulevée concernant le procès-verbal de saisie est donc sans fondement et doit être rejetée ; qu'en conséquence, le fait que l'appelante, comme il ressort du procès-verbal susmentionné, ait exposé à la vente des produits portant la marque UVI écrite de manière identique à la marque de l'intimée ONI, avec la même forme et les mêmes couleurs, sachant que la propriétaire de la marque enregistrée a, lors de l'enregistrement, désigné les mêmes produits pour les protéger de la concurrence, constitue un acte de contrefaçon au sens de l'article 201 de la loi 79/17 qui interdit toute atteinte aux droits du titulaire d'une marque enregistrée ; et qu'en conséquence de tout ce qui précède, les moyens soulevés par l'appelante sont sans fondement et doivent être rejetés.

Attendu que, s'agissant de ce que l'appelante soutient, à savoir que les articles 133 et 134 de la loi 79/17, tels que modifiés et complétés par les lois 13-23 et 31-05, exigent, pour qu'un signe distinctif soit une marque protégée, qu'il ait un caractère distinctif, et que pour l'être, il doit présenter un caractère de nouveauté, d'innovation et d'originalité, il est constant que le législateur marocain a, en vertu de la loi n° 79/17 relative à la propriété industrielle, qui est en vigueur, protégé la marque de fabrique, de commerce et de service de toute imitation, contrefaçon ou concurrence déloyale, et qu'il n'a pas prévu, en particulier dans ses articles 133 et 134, que la marque dont la protection est demandée doive présenter un caractère de nouveauté, d'innovation et d'originalité, comme c'est le cas pour le dessin ou modèle industriel, mais qu'il s'est contenté qu'elle soit représentée graphiquement et qu'elle se distingue des autres marques (voir à ce sujet l'arrêt de la Cour de cassation n° 906 du 23 juin 2011 dans l'affaire commerciale n° 860/3/1/2010) ; que la marque de l'intimée ONI est donc une marque distinctive et ne constitue pas, en conséquence, une indication nécessaire ni qualitative du produit objet de la marque, contrairement à ce que l'appelante a soutenu à tort.

Attendu qu'il ressort des pièces du dossier que l'appelante est spécialisée dans la fabrication et la vente de produits de nettoyage sous plusieurs marques enregistrées auprès de l'OMPIC, et que parmi ces produits figure le modèle industriel relatif à l'échantillon sous le numéro 25564 enregistré le 9 février 2021.

Attendu qu'après avoir examiné le modèle litigieux, il apparaît qu'il s'agit d'un modèle courant qui ne présente aucun caractère original, puisqu'il s'agit d'un simple flacon qui ne présente aucune caractéristique différente de ses semblables, tels qu'ils sont commercialisés sur le marché, et que son aspect extérieur n'évoque pas la nouveauté pour qu'il soit considéré comme une forme nouvelle méritant une protection juridique ; qu'en conséquence, ce que le jugement attaqué a retenu à cet égard est fondé et qu'il convient de rejeter les moyens soulevés à ce sujet.

Attendu que, compte tenu de ce qui a été exposé en détail, il convient de rejeter l'appel et de confirmer le jugement attaqué.

Attendu qu'il convient de mettre les dépens à la charge de l'appelante.

### **Par ces motifs,**

La cour d'appel de commerce de Casablanca, statuant publiquement, contradictoirement et en dernier ressort,

**En la forme** : Déclare l'appel recevable.

**Au fond** : Le rejette et confirme le jugement attaqué, en laissant les dépens à la charge de l'appelante.