Contrefaçon de marque et risque de confusion : Appréciation par les juges du fond concluant à l’absence de confusion malgré une similitude partielle des signes (Cass. com. 2023)

Identification			
Ref 33965	**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 Marque, Propriété intellectuelle et industrielle	**Mots clés** قرارات محكمة النقض, Similitude partielle des signes, Risque de confusion, Rejet du pourvoi, Protection de la marque, Marque commerciale, Éléments distinctifs, Différences de graphie, Différences de forme, Différences de couleur, Contrefaçon de marque, Appréciation globale des signes, Absence de risque de confusion
Base légale 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	**Source** Juriscassation.cspj.ma

Résumé en français

La Cour de cassation a estimé qu'un simple rapprochement phonétique ou une ressemblance partielle entre deux signes distinctifs ne suffit pas à caractériser l'existence d'une contrefaçon de marque, dès lors que cette similitude n'est pas de nature à induire le public en erreur ou à créer une confusion dans son esprit.

En l'espèce, la titulaire d'une marque verbale et figurative enregistrée, utilisée pour des services de restauration et d'hôtellerie, reprochait à une autre entreprise l'usage d'une dénomination sociale et d'un logo présentant une certaine similitude avec sa marque. La demanderesse soutenait que l'ajout de deux lettres à la dénomination principale, sans en altérer substantiellement la prononciation ni le sens, constituait une atteinte à ses droits protégés et était susceptible de tromper le consommateur.

La cour d'appel avait infirmé le jugement de première instance qui avait initialement fait droit à la demande en contrefaçon. Pour ce faire, les juges du fond avaient relevé que, nonobstant une proximité phonétique due à la reprise du radical commun, les deux signes en cause se distinguaient suffisamment par leurs éléments graphiques, notamment la couleur, la forme et la typographie. Ils en avaient conclu que ces différences visuelles écartaient tout risque de confusion pour un consommateur d'attention moyenne.

Confirmant cette analyse, la Cour de cassation a rappelé que l'appréciation du risque de confusion doit se faire globalement, en tenant compte de l'impression d'ensemble produite par les signes. Ainsi, même en présence d'une ressemblance partielle, si les divergences portant sur d'autres éléments caractéristiques, tels que les aspects visuels du logo, sont suffisamment significatives pour permettre au public de distinguer les entreprises et les services offerts, la contrefaçon n'est pas établie. La Cour a donc entériné la position de la cour d'appel, jugeant que son argumentation était suffisamment motivée et que la simple similitude partielle, en l'absence de démonstration d'un risque effectif de confusion pour le public, ne saurait fonder une action en contrefaçon.

Résumé en arabe

التشابه الجزئي بين العلامتين التجاريتين الذي ليس من شأنه أن يوقع الجمهور في اللبس والخلط لا يسعف للقول بوجود واقعة التقليد.

Texte intégral

باسم جلالة الملك وطبقا 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 والشكولاتة 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 2009/6/08

وأنه بلغ إلى علم المدعية أن أحد الفنادق بمدينة الدار البيضاء يحمل نفس الاسم، وأنها حماية لحقوقها استصدرت ضده حكما قضى عليه بالتوقف عن استعمال العلامة التجارية للمدعية أيد استئنافيا، وبعد تنفيذه بادر المدعى عليه مرة أخرى إلى استعمال نفس الاسم مضافا إليه حرفين ساكنين، أي احتفظ بنفس الاسم سواء من حيث الكتابة أو المعنى (أ « A ») وأن ما أقدم عليه يعد مساسا بالحقوق المحمية قانونا بمقتضى الإيداعات السالفة الذكر، وهو ما يعتبر خرقا لأحكام المادة 201 من القانون رقم 97/17، وأن من شأن استعمال المدعى عليه للاسم المذكور أعلاه إيقاع الجمهور في الغلط، باعتقادهم أن المدعية هي صاحبة الفندق ملتمسة الحكم على المدعى عليه بالتوقف فورا عن استعمال اسمها وعلامتها « A أ » المحمية قانونا بمجرد صدور الحكم تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000,00 درهم عن كل يوم تأخير، وإزالته تسمية (أ « A ») من واجهة الفندق وكذا عدم استعمالها في الدعاية له سواء في الجرائد أو الأنترنيت،

وبأدائه لها مبلغ 50.000,00 درهم كتعويض عن الضرر وبنشر الحكم بعد صيرورته نهائيا بجريدتين باللغة العربية والفرنسية على نفقة المدعى عليه. وبعد تمام الإجراءات، أصدرت المحكمة التجارية حكمها القاضي على المدعى عليها بالتوقف فورا عن استعمال اسم المدعية وعلامتها « أ A » تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 5.000,00 درهم عن كل يوم تأخير عن التنفيذ ابتداء من تاريخ الامتناع عن التنفيذ والحكم بإزالة التسمية (أ « A ») من واجهة الفندق وعدم استعمالها في الدعاية له في الجرائد أو الأنترنيت والحكم عليها بأدائها للمدعية تعويضا 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 مجتمعتين:

حيث تنعى الطاعنة على القرار فساد التعليل ونقصانه الموازي لانعدامه، بدعوى 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 معيبا، 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 حرفان ساكنين باللغة الفرنسية « AY » على الكلمة الأصلية « A » لا تأثير له على تشابه الكلمتين ولا على إحداث فرق بينهما منتهيا في تعليله 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 ومعيبا 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 واضحا 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 وناقص التعليل الموازي لانعدامه، مما يتعين التصريح بنقضه.

لكن، حيث عللت المحكمة قرارها المطعون فيه بقولها: انه ولتن كانت الطاعنه قد حكم سابقا بعدم استعمالها لعلامة « A » فإن الشارة التي تستعملها حاليا 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 حدا 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 معللا تعليلا كافيا وسليما والوسيلتان على غير أساس عدا ما هو خلاف الواقع فهو غير مقبول.

لهذه الأسباب

قضت محكمة النقض، برفض الطلب وتحميل الطالبة المصاريف.