



## La relation entre propriété industrielle et protection du consommateur

Nouhaila CHERKAOU

Doctorante en droit privé en français

Filière droite des affaires à l'université Ain Sebaa Casablanca

### Introduction

Au Maroc, tout en étant extrêmement précaire, la protection du consommateur n'a suscité l'attention du législateur qu'à partir de la célèbre catastrophe des huiles nocives qu'avait connue en 1959 la ville de Mekhnès, par la promulgation du roi Mohammed V – en dérogation au principe de la non rétroactivité de la loi- d'un dahi<sup>1</sup>r avec application rétroactive sanctionnant les manipulateurs desdites huiles.

Il faut noter que les effets dramatiques de cette fraude alimentaire à grande échelle, a incité désormais à la réflexion du problème de protection du consommateur, et ce, d'autant plus que « l'évènement cruel » des huiles nocives n'est pas un cas isolé. Les tromperies de tout genre liées fondamentalement à la contrefaçon et à la piraterie sont devenues pratiques courantes<sup>2</sup>.

Mais, le cas le plus récent au Maroc demeure par excellence, l'affaire de la consommation de la mortadelle<sup>3</sup>. Bien qu' en revanche ,au niveau international, l'actualité fait état, en outre de fortes inquiétudes des consommateurs tant avertis, que de perspicacité moyenne, en relation avec les inquiétudes vécues notamment en Europe (vache folle affaire de la dioxine..) aux Etats-Unis d'Amérique (hormones, listériose, salmonellose..) révélant que les dispositifs médicaux de

---

<sup>1</sup>. Mohammed Jalal ESSAID « Introduction à l'étude de droit ». Ce Dahir du 29 octobre 1959 était, en effet, déclaré applicable même aux infractions commises avant son entrée en vigueur. Première édition 1994. Page 208.

<sup>2</sup> Pr. Naim Sabik

<sup>3</sup> 1 Il s'agit d'une affaire très connue au Maroc qui remonte au mois d'Août 1999. La consommation de cette charcuterie (déchets de viande transformés et mélangés avec la fécule) a conduit à plusieurs morts dues au botulisme. La Commission interministérielle qui s'est chargée du suivi des toxi-infections alimentaires collectives, notamment de l'enquête sur les cas d'empoisonnement et d'intoxication dus à la mortadelle, a livré ses premiers résultats au sujet des analyses biologiques effectuées sur les échantillons incriminés. Les conclusions ont montré l'existence de la toxine « botilique » de type « B » qui a été décelée dans les deux produits, Ladida et Aladin, appartenant à une même société. Il s'agit de la société AKc-Koutoubia, située à la ville de Berchid. WWW. maroc- hebdo.press.ma/ Mhinternet/Archives 390/HTML.390/FilDirect.Hotml



prévention et de lutte contre les intoxications alimentaires n'étaient pas suffisant, ou encore le problème de la contrefaçon de certaines marques notoires<sup>4</sup>.

En l'espèce, se posent avec acuité plusieurs questions inhérentes en l'occurrence à la protection en matière de produits alimentaires marqués, produits de grande consommation et certains d'autres services, d'autant plus que le consommateur doit être protégé contre la tromperie<sup>5</sup> due essentiellement au risque de confusion. Les précisions sur la notion de risque de confusion dépendent dans une large mesure de certains éléments subjectifs suivant la nature de l'acte accompli et suivant la catégorie du consommateur en présence.

Il s'est avéré qu'historiquement, Héritier des institutions qui l'ont précédé depuis la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, l'Institut national de la propriété industrielle (INPI)<sup>6</sup>, a été créé en 1951 sous la tutelle du ministère de l'Économie et des Finances, est chargé de la délivrance et de l'enregistrement des titres de propriété industrielle. La propriété industrielle a une histoire récente.

En effet, avec l'Angleterre et les Etats-Unis, la France est l'un des premiers pays à légiférer en la matière. C'est donc à partir du début du XIX<sup>e</sup> siècle que les trois titres de propriété industrielle apparaissent : brevets d'invention, marques de fabrique et de commerce et dessins et modèles industriels<sup>7</sup>.

En revanche, La notion de protection du consommateur est apparue aux Etats-Unis dans les années 60 sous l'impulsion du mouvement consumériste dirigé par Ralph Nader. En 1965, il publie le livre "Unsafe at any speed" dans lequel il dénonce le manque de sécurité des voitures américaines (obligeant General Motors à retirer de la vente la Corvaire). Il gagne ainsi plusieurs procès contre l'industrie automobile et utilise l'argent gagné pour financer des juristes, économistes, médecins, ingénieurs et politologues au service de la protection des consommateurs<sup>8</sup>.

Alors que **L'historique juridique de doit de consommateur** a d'abord été assurée par les règles jurisprudentielles développées en matière de contrats d'adhésion (contrat

<sup>4</sup> Frédéric Pollaud-DULIAN « Droit de la propriété industrielle » Ed. Montchrestien 1999, page 574.

<sup>5</sup> M. Drissi Alami MACHICHI « Concurrence : droits et obligations des entreprises au Maroc ». Ed. Eddif 2009, page 120.

<sup>6</sup> Garant de la gestion de ces archives publiques, l'INPI est ainsi devenu l'une des mémoires de l'innovation technique en France. Il veille sur un riche patrimoine, constitué par l'intégralité des brevets depuis 1791, des marques depuis 1857 et des dessins et modèles depuis 1910. Près de 7,5 millions de documents forment cet ensemble de 145 kilomètres linéaires conservé précieusement dans des infrastructures spécifiques situées dans l'Oise.

<sup>7</sup> Une source incontournable pour l'histoire des entreprises depuis 1791 : les archives de l'Institut national de la propriété industrielle .Steeve Gallizia .Dans Entreprises et histoire 2020/4 (n° 101), pages 142 à 148

<sup>8</sup> Chronique de Valérie Bourgoïn : l'histoire de la protection de consommateur ; Mis à jour le 12/11/08 11:46



dont les clauses sont fixée à l'avance et dans lequel aucune discussion n'est possible en dehors de la liberté ou non d'adhérer).

Kennedy a été le premier président à mener une réflexion sur la protection du consommateur. En 1962, lors d'un discours devant le Congrès américain, il formule quatre droits de base du consommateur : - droit à la sécurité, - droit à l'information, - droit à la représentation, - droit aux choix.

Au Maroc, la loi n° 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur complète le dispositif juridique existant en matière de protection du consommateur et met en place un cadre favorable pour la promotion du rôle des associations de protection du consommateur. En vue de faire appliquer la loi et ses textes d'application, le Ministère (MICNT) dispose d'un corps d'enquêteurs qualifiés et assermentés à cet effet. Ces enquêteurs sont implantés dans les 29 délégations du Ministère. Ils sont chargés d'effectuer des contrôles pour rechercher et constater les infractions aux dispositions de la loi n° 31-08 dans le domaine du commerce et de l'industrie notamment en matière de pratiques commerciales<sup>9</sup>.

### **CHI / La relation, protection du consommateur et propriété industrielle**

D'après le professeur Sabik<sup>10</sup> : La propriété industrielle présente de nos jours une grande utilité, non seulement pour son titulaire, mais aussi pour le consommateur, dès lors qu'elle l'aide à repérer parmi une multitude de produits qui lui sont proposés, ceux qu'il décide réellement se procurer, et également en lui assurant une protection contre tout agissement allant contre ses intérêts et pouvant lui porter préjudice par une éventuelle tromperie.

La question de protection du consommateur au Maroc, est extrêmement influencée par les grandes différences touchant à la distribution des revenus, par le degré d'éducation et l'étendue de l'information et des connaissances des consommateurs, ainsi que par d'autres considérations d'ordre social, politique et économique<sup>11</sup>

Il en va de soi que, La protection du consommateur par la propriété industrielle affiche un aspect particulier de fait qu'elle est de nature hybride tant qu'elle est

---

<sup>9</sup> Ministère de l'industrie de commerce et des nouvelles technologies, La loi n°31-08 édictant des mesures de protection du consommateur a été publiée au bulletin officiel n°5932 du 7 avril 2011. Cette loi renforce et complète le dispositif juridique actuel de manière significative. Guide de Consommateur. Edition 2012.

<sup>10</sup> Pr Naim Sabik : « thèse : Le rôle de la propriété industrielle dans la protection de consommateur >> page 14

<sup>11</sup> C'est ce qui justifie que la situation sociale (salaire minimum interprofessionnel garanti ne dépassant pas 1850 dh avec un taux d'analphabétisme de 63 pour cent) et économique (pays farouchement endetté) d'un grand nombre de consommateur est telle qui se trouve dans une position particulièrement faible et relativement inorganisé vis-à-vis des entreprises qui produisent et fournissent des biens de consommation et de services.



extrêmement élargie au niveau des signes distinctifs et, en revanche, restreinte au niveau des créations nouvelles.

De ce fait, il convient d'articuler notre problématique par deux aspects : le premier est le droit de consommateur au Maroc (A) l'apport de la propriété industrielle à la protection de consommateur (B).

#### A / Les droits conférés aux consommateurs au Maroc

La loi n°31-08 édictant des mesures de protection du consommateur a été publiée au bulletin officiel n°5932 du 7 avril 2011. La présente loi constitue un cadre complémentaire du système juridique en la matière, à travers laquelle sont renforcés les droits fondamentaux de consommateur, notamment :

1/ **Le droit à l'information** : Pour que le consommateur puisse faire un choix rationnel, conformément à ses besoins et à ses moyens, le fournisseur doit lui fournir toutes les informations nécessaires .A cet effet, le fournisseur doit mettre à la disposition des consommateurs, par tout procédé approprié, les informations qui concernent : Les caractéristiques essentielles des produits, des biens ou des services ; L'origine du produit ou du bien; La date de péremption, le cas échéant ; Le prix du produit ou des bien; Le tarif des services; Le mode d'emploi et le manuel d'utilisation; La durée et les conditions de garantie; Les conditions particulières de la vente ou de la réalisation de la prestation; Les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle, le cas échéant.

D'autre part ,les éléments suivants doivent être mis en évidence sur l'étiquette des produits et des biens mis en vente, selon leur nature, à savoir : La quantité nette, exprimée en unité du système international; La composition ou le type ou la nature de la matière ou des matières constituante(s); Le nom ou la raison sociale et l'adresse de la personne responsable de la mise du produit sur le marché; Le pays d'origine; Les précautions et les conditions particulières d'utilisation pour les produits qui peuvent être impactés ou avoir des conséquences sur le consommateur par le non respect des consignes d'utilisation; La date de péremption, le cas échéant; Toutes autres mentions obligatoires prévues par un texte spécifique.

Le fournisseur doit également délivrer une facture, quittance, ticket de caisse ou tout autre document justifiant l'opération d'achat<sup>12</sup>. Lorsque Certains biens de consommation sont acquis selon les termes d'un contrat écrit. Dans ce cas, les causes doivent être présentées et rédigées de façon claire et compréhensible. Lorsque la totalité ou une partie du contrat est rédigée par écrit, le fournisseur est

<sup>12</sup> LA LOI 31-08 en références aux articles : 3 /4/5.



tenu d'en faire établir autant d'exemplaires que nécessaire et d'en remettre au moins un exemplaire du contrat au consommateur.

### **2 / Le droit à la protection de ses droits économiques :**

En raison des pratiques commerciales , et en raison des contrats conclus à distance ,le fournisseur d'un bien ou d'un service à distance, quel que soit le moyen de communication utilisé, est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance. A cet effet Les opérations de démarchage doivent faire l'objet d'un contrat écrit. Un exemplaire doit lui être remis au moment de la conclusion du contrat. Tous les exemplaires du contrat doivent être signés et datés de la main même du consommateur<sup>13</sup>. A bien préciser que tout engagement né d'un abus de la faiblesse ou de l'ignorance du consommateur est réputé nul par la force de la loi. Dans ce cas, le consommateur se réserve le droit de se faire rembourser les sommes payées et d'être dédommagé sur les préjudices subits.

### **3 / Le droit à la représentation :**

La loi 31-08 permet au consommateur de bénéficier du droit à la représentation et du droit d'écoute. En cas de litige avec un fournisseur, le consommateur peut être représenté par une association( APC)<sup>14</sup> de protection du consommateur pour le procès ou pour le règlement à l'amiable. Certaines associations abritent des centres d'écoute et d'orientation, appelés « guichet conseil », en outre l'un des objectifs principaux des guichets est l'aide à la résolution des litiges.

Le comité du guichet (ou à défaut le département compétent) est chargé de statuer sur la recevabilité du litige qui lui sera soumis. En cas d'irrecevabilité, le responsable explique au consommateur pourquoi sa requête n'a pas eu de suites.

<sup>13</sup> Guide de consommateur, pages :31/32/33.

[www.mcinet.gov.ma/sites/default/files/Guide%20du%20consommateur%20-%20FR.pdf](http://www.mcinet.gov.ma/sites/default/files/Guide%20du%20consommateur%20-%20FR.pdf)  
.VISITE LE 02/08/2024 à 21 :55.

<sup>14</sup> LES ASSOCIATIONS DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR (APC) Elles assurent l'information, la défense et la promotion des intérêts du consommateur et concourent au respect des dispositions de la loi. Au sens de la loi 31-08, ne peut être considérées comme APC, l'association qui: ■ compte parmi ses membres des personnes morales ayant une activité à but lucratif ; ■ perçoit des aides ou subventions d'entreprises ou de groupements d'entreprises fournissant des produits, biens ou services au consommateur ; ■ fait de la publicité commerciale ou qui n'a pas un caractère purement informatif, pour des biens, produits ou services; ■ se consacre à des activités autres que l'information et la défense des intérêts du consommateur; ■ poursuit un but à caractère politique. Les APC doivent avoir pour objet exclusif la protection des intérêts du consommateur et être régies par des statuts conformes à la réglementation en vigueur. Sous réserve et à condition de satisfaire à la législation et la réglementation en vigueur relatives au droit d'association, les APC peuvent être reconnues d'utilité publique.



A contrario, si le litige est déclaré recevable, l'association représente le consommateur face au fournisseur.

D'autant plus que Les APC, reconnues d'utilité publique ou ayant une autorisation spéciale, peuvent mener des actions en justice, intervenir dans les actions en cours et se constituer partie civile devant le juge d'instruction pour la défense des intérêts du consommateur. Elles peuvent exercer tous les droits reconnus à la partie civile relatifs aux faits et agissements qui portent préjudice à l'intérêt collectif des consommateurs.

#### **4 / Le droit à la rétractation**

La loi 31-08 stipule que le consommateur a le droit de se rétracter dans trois cas de figures : Le contrat conclu à distance, Le démarchage et Le contrat de crédit. En ce qui concerne le contrat conclu à distance le consommateur dispose d'un délai de sept (7) jours pour exercer son droit de rétractation; et de trente (30) jours pour exercer son droit de rétractation, si le fournisseur n'honore pas son engagement de confirmer par écrit les informations (telles que les caractéristiques du produit ou services, le nom et la dénomination sociale du fournisseur et ses coordonnées.

Le démarchage est toute clause du contrat par laquelle le consommateur abandonne son droit de se rétracter qui sera par la suite nulle et non avenue. Pour être valide, le contrat de démarchage doit comprendre un formulaire détachable qui facilite l'exercice de la faculté de rétractation. A compter de la date de la commande ou de l'engagement d'achat, le consommateur dispose d'un délai de sept (7) jours pour exercer sa faculté de se rétracter par l'envoi dudit formulaire détachable au contrat par n'importe quel moyen justifiant la réception.

#### **5 / Le droit au choix :**

A cet effet tout consommateur, de produit, de bien ou de service, a le droit de choisir, librement et en connaissance de cause, le produit, le bien ou le service qui correspond le mieux à ses moyens et ses besoins. Ainsi, le consommateur est en droit de disposer d'une information claire et précise sur le produit ou le service recherché. Il peut alors prendre sa décision de l'acheter ou de prendre un crédit pour cela, sans être ni trompé, ni forcé. Enfin, il doit pouvoir changer d'avis et se rétracter dans un délai raisonnable. Aussi, tout fournisseur, de produit ou de service, doit fournir au consommateur les renseignements ou les outils



susceptibles de lui permettre de faire un choix rationnel compte tenu de ses besoins et de ses moyens<sup>15</sup>.

## **B / l'apport de la propriété industrielle à la protection de consommateur**

### **a- Protection à travers la marque notoire :**

Il existe une diversité de marques, lesquelles consistent soit individuelles, soit collectives ou de certification, quoi qu'elles en soient, elles ne peuvent échapper au postulat qui signifie que s'elles font l'objet d'un enregistrement, on les classe parmi les marques déposées, et s'elles sont, par contre exonérées, de par leur notoriété<sup>16</sup>, à de telle formalité tout en gagnant des dispositions légales, on les classe parmi les marques notoires, de ce fait certaines catégories de marques, ont une large réputation de telle sorte que même si elles ne sont ni enregistrées ni utilisées dans un pays donné, elles sont notoirement connues du consommateur.

Cependant, ne paraît-il pas paradoxal d'accorder une protection à une marque sur la base d'une réputation, sans avoir accompli aucune formalité de dépôt et éventuellement d'enregistrement ? Egalement, est ce qu'une telle protection ne pourrait pas contredire les dispositions de l'article 143 de la loi 17/9757 qui exige à priori l'accomplissement d'un dépôt valable auprès de l'organisme chargé de la protection de la propriété industrielle et ce, conformément aux dispositions de l'article 152 de ladite loi ?

Dans un souci de protection du consommateur contre le risque de confusion, l'article 137 de la loi 17/97 sur la propriété industrielle marocaine, qui a repris les mêmes termes de l'article L.714-4 CPI, déclare à ce propos : « illicite et ne peut être adopté comme marque, un signe portant atteinte à des droits antérieurs et notamment à une marque enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle »<sup>17</sup>.

### **b- La raison essentielle d'instaurer la protection d'une marque notoire**

A cet effet ,l'article 6 bis de la Convention d'Union de Paris de 1883 relative à la propriété industrielle<sup>18</sup> , incite les Etats adhérents à refuser ou à invalider

<sup>15</sup> Ministère de l'industrie de commerce et des nouvelles technologies. GUIDE DE CONSOMMATEUR. Edition 2012 PAGES : 10/11 .

<sup>16</sup> André R. BERTRAND, en revanche, définit la marque notoire comme étant celle qui est « connue d'une très large fraction du public » (TGI Paris «3°ch. PIBD 1989 III, 538, ou « d'une large fraction des milieux concernés par la production, le commerce ou l'utilisation des produits en cause et qui est clairement perçue comme indiquant une origine particulière de ces produits ». André R. BERTRAND « Le droit des marques, des signes distinctifs et des noms de domaine ».Droit français, droit communautaire et droit international. Ed. Cedat 2002, page 156.

<sup>17</sup> Pr Naim Sabik. « Le rôle de la propriété industrielle dans la protection de consommateur ».Thèse de Doctorat en Droit Privé. Université Jean Moulin Lyon. Présentée et soutenue publiquement le 10 mai 2010 . Pages :

<sup>18</sup> Le Maroc a adhéré à la Convention d'Union de Paris en date du 25 septembre 1918, B.O. du 11 octobre 1918, page 1019.



l'enregistrement et à prohiber l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce qui constitue la reproduction ou la traduction de nature à créer une confusion dans l'esprit du consommateur, d'une marque que l'autorité compétente du pays de l'enregistrement ou de l'usage estimera y être notoirement connue comme étant déjà une marque appartenant à une personne ressortissant d'un pays bénéficiaire de ladite convention et utilisée pour des produits identiques ou similaires.

En revanche, la loi marocaine 17/97 relative à la propriété industrielle, opte, à l'instar de l'article (L.711-4 al. a) CPI et de l'alinéa 2 de l'article 4 de la directive européenne de 1988 relative à la marque communautaire, pour ce principe de droit antérieur de la marque notoire. En effet, selon l'article 137 de la loi 17/97 : « Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ».

Il résulte de ces dispositions, que le titulaire de la marque de fabrique notoire<sup>19</sup> est protégé même au Maroc même en l'absence de son enregistrement, ce qui permet au consommateur d'être à l'abri de toute confusion qui pourrait être due d'un éventuel enregistrement postérieur.

Toutefois, le facteur décisif pour démontrer que l'utilisation non autorisée de la marque notoire risque de créer une confusion, demeure principalement l'impression générale faite sur le consommateur d'attention moyenne. De même, la qualification d'une marque comme étant notoirement connue, dépend dans une large mesure, d'une part de l'image et de la réputation de cette marque dans le marché, et d'autre part dans le groupe de consommateurs intéressés<sup>20</sup>.

D'autant plus, ce n'est pas tant la caractéristique intrinsèque, mais plutôt le pouvoir attractif de différenciation d'une marque - assistant le consommateur dans ses choix parmi une multitude de produits offerts - qui lui donne la qualité d'être de haute renommée et notoirement connue. C'est dire que la raison essentielle d'instaurer la protection d'une marque notoirement connue, demeure sa réputation et son image et non pas son utilisation<sup>70</sup>, lesquelles doivent être telle que le fait

<sup>19</sup> Naim Sabik PAGE 22/23

<sup>20</sup> - Il s'agit des consommateurs d'attention moyenne non « spécialement alerté » facilement induits en erreur et non les professionnels. Autrement dit, si le produit est destiné à des professionnels, le risque de confusion est réduit, voire inexistant. Les professionnels orientent souvent leur choix plutôt en fonction des caractéristiques que de l'aspect du produit (Versailles, 29 mars 2001- Cass.Com. 8 octobre 2002- Paris 7 février 2002) et se livrent en principe à un examen attentif du produit avant d'en faire l'acquisition. (Cass. Com. 29 janvier 2002 cité par Louis VOGEL, op. Cit. Page 31





de permettre à une personne non autorisée d'utiliser la marque risque d'induire en erreur ou de tromper le consommateur.

## **CH II / les 'actions civiles tentés pour une protection du consommateur contre les faits prêtant à confusion**

Le droit de la propriété industrielle a connu et connaît encore de nombreuses mutations. L'avènement de techniques de plus en plus diversifiées que complexes, conjugué à l'effet de mondialisation et d'internationalisation des rapports commerciaux, a débouché sur des problèmes juridiques nouveaux, et provoqué l'extension de ce droit à d'autres branches d'application, à savoir, les inventions biotechnologiques, les obtentions végétales, etc. L'apparition de telles techniques, débouche également sur une extension de ce droit. En effet, la volonté d'instituer des standards internationaux par le biais des règles communes, a conduit à l'instauration d'un droit international<sup>21</sup>.

Cependant, le texte de base demeure la Convention d'union de Paris du 20 mars 1883 relative à la protection de la propriété industrielle. Dans ce sens, n'est-il pas inutile de rappeler l'ampleur de certains actes et agissements frauduleux affichés par des concurrents de mauvaise foi, lesquels cherchent à entraîner de la confusion dans l'esprit du consommateur dans le but de générer des sommes injustifiées.

### **A - Action civile en concurrence déloyale**

Au Maroc, trois textes fondamentaux retiennent l'attention en matière de concurrence déloyale : la loi 17/97 relative à la propriété industrielle, le code de commerce du 1er août 1996 et son décret d'application du 18.1.1997 et le code pénal de 1961. Cependant, dans l'ensemble de ces textes, l'exercice des droits conférés par la propriété industrielle constitue le domaine le plus fréquent de concurrence déloyale, sous l'empire du dahir du 23 juin 1916 et après la réforme actuelle. La portée de celle-ci sur la protection de la liberté concurrentielle nous incite à examiner, tant les conditions que les faits constitutifs de la concurrence déloyale.

En effet L'accomplissement des démarches d'inscription au registre de commerce, du nom commercial ou de la raison sociale, en attribue le monopole d'utilisation à l'entreprise inscrite et le protège par une action en concurrence déloyale contre tout acte de confusion. Il importe de signaler à ce propos, que la protection a pour but d'éviter l'invention ou la création de confusion<sup>22</sup> entre les

<sup>21</sup> - Par la conclusion notamment de l'Accord ADPIC, le Droit communautaire et la mise en place de l'OMPI.

<sup>22</sup> La Cour d'appel de Rabat rappelle clairement cette règle à l'occasion d'un litige sur l'usage d'une marque de fabrique 1154. Elle décide qu'en matière d'imitation frauduleuse de marque déposée, la contrefaçon doit être appréciée non pas d'après les différences, mais d'après les ressemblances. Celles-ci doivent être telles qu'elles soient de nature à créer une confusion dans



entreprises et leurs produits, dans l'esprit des dispositions de l'article 84 du DOC et du dahir de 1916.

La loi n°17/97 relative à la propriété industrielle notamment, apporte à la protection contre la concurrence déloyale des garanties plus consistantes par rapport à celles prévues par le dahir du 23 juin 1916.

En effet, certes, elle n'abroge nullement toutes les dispositions de l'article 84 du DOC, mais se concentre, en revanche, à indiquer avec plus de rigueur et également de détail, les exemples qui touchent aux différents titres constituant la propriété industrielle, à cet effet, elle distingue scrupuleusement les domaines respectifs de la répression pénale et de la répression civile en débarrassant les dispositions propres à la concurrence déloyale de toute connotation pénale<sup>23</sup>. L'article 184 de la loi 17/97 dispose dans cet esprit que : « constitue un acte de concurrence déloyale, tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale ».

Le législateur marocain ne manque pas de généraliser au maximum en ciblant tous les faits, toutes allégations et toutes les indications. On peut à ce propos, conclure en disant qu'il touche tout acte ou élément créateur d'une apparence ou d'une réalité prêtant à confusion avec l'établissement, le produit ou l'activité, ou tendant à les discréditer, ou menaçant le consommateur de tromperie sur tout ou partie de ce qui touche au produit<sup>24</sup>.

### **B - Les conditions de recevabilité d'une action en concurrence déloyale**

A noter que L'action en concurrence déloyale repose au Maroc sur les dispositions des articles 184 de la 17/97 et 84 D.O.C.1162 Cette action, tendant à faire cesser tout acte prêtant à confusion en altérant le choix du consommateur, est soumise aux conditions habituelles de l'action en responsabilité civile délictuelle à savoir : une faute , un préjudice et un lien de causalité entre la faute et le préjudice

**1. La faute :** Pour ce qui est de la faute<sup>25</sup>, elle peut résulter de tout fait d'un concurrent cherchant à bénéficier de la réputation et de la renommée d'une création ou d'un signe distinctif. Autrement dit, il s'agit de toutes allégations ou actes visant à détourner à son profit la clientèle du concurrent par le biais de la confusion et la tromperie .A cet effet les dispositions des articles 77 et 78 du

---

l'esprit de l'acheteur et le tromper sur l'origine et les qualités du produit exposé à la vente. - Cour d'appel de Rabat, 23.11.1953 et 21.12.1955, RMD 1956, page 458.

<sup>23</sup> Voy. M. Drissi ALAMI MACHICHI, op. Cit. Page 132.

<sup>24</sup> Sabik Naim .Page : 415/416.

<sup>25</sup> - La faute consiste, d'après les dispositions de l'article 78 du DOC, soit à omettre ce qu'on était tenu de faire, soit à faire ce dont on était tenu de s'abstenir, sans intention de causer un dommage.



D.O.C<sup>26</sup> supposent donc l'existence d'une faute qui consiste à induire le consommateur en erreur. Cet agissement fautif se définit comme une pratique contraire aux lois et aux usages du commerce<sup>27</sup>.

**2. Le préjudice :** Dans ce cas l'action en concurrence déloyale se trouve également fondée sur les règles de la responsabilité civile. Cela signifie que la recevabilité d'une telle action est subordonnée, non seulement d'une faute, mais également à celle du préjudice. Dans la pratique, on remarque qu'une confusion entre la faute et le préjudice s'établit en raison de leur proximité. Cela implique qu'il suffit à la victime de justifier l'existence d'une faute pour établir le préjudice. En effet, les actes déloyaux constituent une malhonnêteté concurrentielle engendrant des situations de confusion pour le consommateur. Dès lors, toute partie intéressée a un intérêt à voir cesser un tel acte de confusion, et ce, indépendamment du préjudice, ce qui signifie que la recevabilité de l'action en concurrence déloyale est uniquement conditionnée par la faute<sup>28</sup>.

**3. Le lien de causalité ;** La coïncidence entre la faute et le préjudice est insuffisante. En d'autres termes il faut établir un lien de causalité entre faute et le dommage, dont la réparation est demandée à l'auteur de l'acte de confusion ou de tromperie<sup>29</sup>.

En d'autres thèmes, la compétition entre les entreprises concurrentes doit être empreinte de loyauté. A défaut, il y a atteinte tant au principe de la liberté de commerce en raison de l'abus qui en est fait, et au consommateur en raison de la confusion qui pourrait dans certaines hypothèses altérer ses décisions d'achat parmi les variétés de produits offerts dans le marché.

Ainsi Pour parvenir à réprimer tout acte ou toute allégation pouvant prêter à confusion et induire le consommateur en erreur, le législateur a permis, en revanche, le cumul des deux actions. En effet, parfaitement indépendantes puisque n'ayant ni la même cause ni le même objet, couvrant des domaines distincts, l'action en contrefaçon et l'action en concurrence déloyale ne sauraient être pour

---

<sup>26</sup> L'article 77 du DOC dispose : « Tout fait quelconque de l'homme qui, sans l'autorité de la loi, cause sciemment et volontairement à autrui un dommage matériel ou moral, oblige son auteur à réparer ledit dommage, lorsqu'il est établi que ce fait en est la cause directe ». Quant à l'article 78 il dispose de son côté : « Chacun est responsable du dommage moral ou matériel qu'il a causé, non seulement par son fait, mais par sa faute, lorsqu'il est établi que cette faute est la cause directe ».

<sup>27</sup> Voy. Code Civil 106<sup>e</sup> édition. Ed. Dalloz 2007 pages 1403 et s.

<sup>28</sup> SABIK NAIM ; 419/420.

<sup>29</sup> La jurisprudence française prend toujours position objective en la matière en déclarant : « Considérant que pour être réparable, un préjudice doit être certain et direct et qu'il n'y a pas lieu de réparer un préjudice indirect, c'est-à-dire un préjudice qui n'est pas en rapport de causalité avec le fait dommageable ».



exclusives l'une de l'autre. Il est dès lors possible de les mener de concert afin de profiter concomitamment des avantages que chacune d'elles peut procurer<sup>30</sup>.

En générale, le caractère subsidiaire de l'action en concurrence déloyale permet d'intenter concurremment une action en contrefaçon. Seulement, il suffit que le fait générateur d'une situation de concurrence déloyale soit distinct de l'acte de contrefaçon. Il y a fait distinct de concurrence déloyale par exemple, lorsque la contrefaçon a permis a son auteur de détourner la clientèle du créateur du modèle contrefait en pratiquant un prix nettement inférieur, ou lorsqu'il y a vente de produits revêtus d'une marque contrefaite, compromettant ainsi celle des produits portant légalement le signe distinction ou également lorsque l'auteur de la contrefaçon a un comportement parasitaire lui permettant de commercialiser un produit imitant à moindres frais, donc à un prix plus avantageux, tout en bénéficiant de la notoriété du produit imité, par la confusion entretenue dans l'esprit du public. La jurisprudence marocaine, de son côté, semble opter la même position que la France dans ce sens. En effet, elle permet de réprimer non seulement les infractions à la loi 17/97, mais aussi les atteintes à toute autre loi<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> EDEME . Pr S.N pages 423.

<sup>31</sup> C'est dans ce sens, la Cour d'appel de Rabat, a énoncé dans un arrêt du 02.7.1937 : « le fait par un garage de faire de la publicité et de prendre une enseigne permettant au public d'attribuer audit garage la qualité de représentant d'une marque automobile, constituée à l'égard du véhicule représentant de cette marque un fait de concurrence déloyale ». C.A.R. 02 juillet 1937. G.T.M. 1937 n°752. Page 325.



## CONCLUSION

Certes que Le rôle joué actuellement par la propriété industrielle dans la protection du consommateur, ainsi que dans la compétitivité du commerce national et international, n'est pas à démontrer de façon à ce que des sommes considérables sont investies quotidiennement pour garantir la circulation et le succès des produits brevetés, marqués ou revêtus d'un dessin ou modèle particulier.

De fait que Les signes distinctifs, dont la marque constitue l'élément le plus important, notamment, représentent un des actes fondateurs de la propriété industrielle, assurent de plus en plus une protection contre la tromperie. Ils deviennent, désormais, plus que jamais, des éléments de base de tout fonds de commerce permettant au consommateur, notamment d'attention moyenne, de faire aisément ses choix parmi une multitude de produits ou de services concurrents, jusqu'au point de croire qu'il existe une forte corrélation entre le développement d'un pays et l'importance que la protection du consommateur y occupe.

Cependant, la protection du consommateur atteint son apogée à travers l'exclusion de toute invention visant le corps humain ou la dignité humaine. Dans ce sens, la problématique en matière de manipulations génétiques consiste à trouver un compromis entre les impératifs éthiques et les impératifs économiques ; c'est-à-dire entre l'obligation de protéger l'homme en général face aux avancées scientifiques et de garantir le libre accès à la connaissance génétique, et la nécessité financière d'assurer un retour sur investissement par un droit de propriété industrielle<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> Pr. SABIK NAIM : thèse de doctorat en droit privé : « Le rôle de la propriété industrielle dans la protection de consommateur ». PAGES 425/426