

COLLECTION DES SCIENCES JURIDIQUES ET ADMINISTRATIVES

# LA PROTECTION DE LA MARQUE AU MAGHREB

CONTRIBUTION A L'ETUDE  
DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE  
EN ALGERIE, EN TUNISIE ET AU MAROC

**M-Ali HAROUN**

Docteur en Droit  
Avocat au Barreau d'Alger  
Agrégé à la Cour Suprême

---

Préface d'André Françon  
Professeur à l'Université de Droit  
d'Economie et Sciences Sociales de Paris II



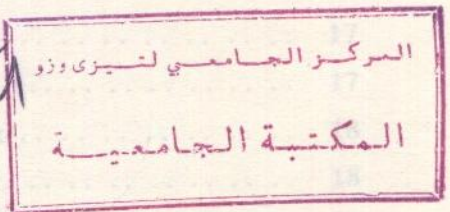
OFFICE DES PUBLICATIONS UNIVERSITAIRES  
ALGER

# LA PROTECTION DE LA MARQUE AU MAGHREB

LIVRE PREMIER  
LES CONDITIONS DE VALIDITE DE LA MARQUE

CONTRIBUTION A L'ETUDE  
DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE  
EN ALGERIE, EN TUNISIE ET AU MAROC

12006



M-Ali HAROUN

Docteur en Droit  
Avocat au Barreau d'Alger  
Agréé à la Cour Suprême

# Table des Matières

Avant-propos . . . . .	1
Préface . . . . .	3
Introduction . . . . .	6

## LIVRE PREMIER

### LES CONDITIONS DE VALIDITE DE LA MARQUE

Titre préliminaire . . . . .	15
Section I : Les sources . . . . .	16
1°) Les textes législatifs maghrébins . . . . .	16
2°) La loi française . . . . .	17
3°) La jurisprudence . . . . .	17
4°) Les textes internationaux . . . . .	18
Section II : Historique . . . . .	18
Section III : Caractères généraux du droit des marques . .	19
§ 1 - Les approches possibles du droit à la marque . .	20
§ 2 - La marque et les autres droits de propriété industrielle . . . . .	21
A - La marque par rapport aux brevet, dessin ou modèle . . . . .	22
B - La marque et le nom commercial ou l'enseigne . .	23
C - La marque et l'appellation d'origine ou indication de provenance . . . . .	23
§ 3 - Les différentes sortes de marques . . . . .	23



Chapitre I : Impossibilité légale . . . . .	59
Section I : Les textes . . . . .	59
Section II : Leur portée . . . . .	60
§ 1 - Signes contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs . . . . .	60
§ 2 - Les armoiries, décorations, emblème d'Etat . . . . .	61
§ 3 - Emblèmes d'organisations internationales . . . . .	62
Chapitre II : Les signes non matérialisables . . . . .	63
Section I : Les signes perceptibles au goût, au toucher, à l'odorat . . . . .	63
Section II : Les marques sonores . . . . .	64
<b>Titre V — Les conditions de validité des signes choisis . . . . .</b>	<b>65</b>
Chapitre I : Le caractère arbitraire et distinctif . . . . .	67
Section I : Nature du caractère arbitraire . . . . .	67
Section II : Le caractère distinctif . . . . .	68
§ 1 - Le signe nécessaire . . . . .	68
§ 2 - Le signe générique . . . . .	69
Chapitre II : Le caractère nouveau et disponible . . . . .	72
Section I : Nature du critère de nouveauté et disponibilité La spécialité de la marque . . . . .	72
Section II : Exceptions à la règle de la spécialité . . . . .	73
§ 1 - Les produits ou services similaires . . . . .	73
§ 2 - La marque notoire . . . . .	74
A - Notion de marque notoire . . . . .	75
B - Législation maghrébine . . . . .	76
Section III : La recherche d'antériorités . . . . .	77
Chapitre III : Le caractère non descriptif ni déceptif . . . . .	80

Section I : Notion de signe descriptif . . . . .	80
Section II : La marque déceptive . . . . .	81
<b>Titre VI — Les modes d'acquisition du droit à la marque . . . . .</b>	<b>82</b>
Chapitre I : Rôles respectifs de l'usage et du dépôt . . . . .	83
Section I : Le sens des deux principes . . . . .	83
Section II : Appréciation critique des deux systèmes . . . . .	84
Chapitre II : L'acquisition par l'usage . . . . .	86
Section I : Les textes tunisien et marocain . . . . .	86
Section II : Interprétation de la doctrine . . . . .	87
Section III : La jurisprudence . . . . .	89
Section IV : Les caractères que doit remplir l'usage . . . . .	91
Section V : Preuve de l'usage . . . . .	92
Chapitre III : L'acquisition par le dépôt . . . . .	94
Section I : L'ordonnance algérienne et l'acquisition exclusive par le dépôt . . . . .	94
Section II : Les problèmes qui se posent à propos du dépôt . . . . .	96
§ 1 - Dépôt facultatif ou obligatoire . . . . .	96
§ 2 - Rôle déclaratif ou attributif du dépôt . . . . .	96
§ 3 - Dépôt contestable ou inattaquable . . . . .	98
Section III : Procédure du dépôt . . . . .	99
§ 1 - Qui peut déposer ? . . . . .	99
§ 2 - Le lieu du dépôt . . . . .	100
§ 3 - Comment déposer ? . . . . .	101
A - En Tunisie . . . . .	101
B - Au Maroc . . . . .	101
C - En Algérie . . . . .	103
Section IV : L'examen préalable, l'enregistrement et la publication . . . . .	104

§ 1 - Nature et intérêt de l'examen préalable . . . . .	105
§ 2 - La législation maghrébine . . . . .	106
§ 3 - L'enregistrement et la publication . . . . .	109
A - En Tunisie . . . . .	109
B - Au Maroc . . . . .	110
C - En Algérie . . . . .	110
Section V : Les effets du dépôt . . . . .	112
§ 1 - Effet quant à l'appropriation de la marque . . . . .	112
§ 2 - Effet quant à l'étendue de la protection . . . . .	113
A - Limites de cette étendue . . . . .	113
1°) En ce qui concerne le signe choisi . . . . .	113
2°) En vertu de la règle de la spécialité . . . . .	115
B - L'affaire Savonneries Lever contre Serfaty . . . . .	115
1°) Faits et jugement de première instance . . . . .	115
2°) L'arrêt de la Cour d'Oran . . . . .	116
§ 3 - Effet du dépôt dans le temps	
La durée du droit à la marque . . . . .	117
A - Les textes maghrébins . . . . .	117
B - L'article 20 alinéa 2 algérien :	
Difficultés d'interprétation . . . . .	119
Section VI : La marque notoire - exception à l'acquisition par le dépôt . . . . .	121
§ 1 - Notions générales . . . . .	121
§ 2 - Sanctions . . . . .	122
Chapitre IV : L'extinction du droit à la marque . . . . .	124
Section I : Les modes volontaires . . . . .	125
§ 1 - La renonciation à la marque . . . . .	125
§ 2 - La prescription . . . . .	125
§ 3 - L'abandon tacite . . . . .	126

A - Principe : L'abandon ne se présume pas . . . . .	126
B - Cas particulier : Expiration du brevet . . . . .	127
1°) L'affaire Carborundum . . . . .	127
2°) L'affaire Cellophane . . . . .	128
Section II : Les modes involontaires . . . . .	129
§ 1 - Le principe de la déchéance . . . . .	129
§ 2 - Les exceptions au principe . . . . .	131
Titre VII — La marque collective . . . . .	134
A - Notion de marque collective . . . . .	134
B - Intérêt de la marque collective . . . . .	135
C - Le régime des marques collectives . . . . .	137
1°) Nécessité d'un règlement . . . . .	137
2°) Approbation préalable des services compétents . . . . .	138
3°) Intransmissibilité de la marque collective . . . . .	139

## LIVRE DEUXIEME

### LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROTECTION DE LA MARQUE

#### Première Partie

#### LA PROTECTION DE LA MARQUE NATIONALE PAR LE DROIT INTERNE MAGHREBIN

Titre I — Qualification des atteintes dont la marque est susceptible . . . . .	144
Chapitre préliminaire : Observations générales . . . . .	145
Section I : La protection civile de la marque . . . . .	146
§ 1 - L'action civile principale . . . . .	146
§ 2 - L'action civile partie jointe . . . . .	147
§ 3 - Action en concurrence déloyale . . . . .	147
Section II : La protection pénale . . . . .	149
§ 1 - Compétence . . . . .	149

§ 2 - Questions de fond . . . . .	150
A - La tentative . . . . .	150
B - Cumul et récidive . . . . .	150
C - Circonstances atténuantes et sursis . . . . .	151
D - Excuses . . . . .	151
1°) La tolérance . . . . .	151
2°) La provocation . . . . .	152
3°) Homonymie . . . . .	152
4°) Dénomination usuelle . . . . .	152
<b>Chapitre I : La contrefaçon et l'usage de marque contrefaite</b>	<b>154</b>
Section I : Définition - Elément constitutif . . . . .	154
§ 1 - Les textes . . . . .	154
§ 2 - La contrefaçon est une reproduction . . . . .	155
§ 3 - L'élément constitutif unique du délit de contrefaçon . . . . .	156
Section II : La reproduction : Elément matériel . . . . .	157
§ 1 - Définition de la reproduction . . . . .	158
A - Quand y a-t-il reproduction ? . . . . .	158
B - Le risque de confusion n'est pas nécessaire . . . . .	158
C - Exemples de contrefaçon : Jurisprudence maghrébine . . . . .	159
§ 2 - Les modalités de la reproduction . . . . .	161
A - Reproduction complète ou partielle . . . . .	162
B - Reproduction servile ou quasi-servile . . . . .	163
C - Autres modes de reproduction . . . . .	164
1°) Traduction . . . . .	164
2°) Retranchements et adjonctions . . . . .	165
3°) Marque accompagnante . . . . .	167
§ 3 - Moyens de reproduction . . . . .	167

§ 4 - Contrôle de la Cour Suprême . . . . .	169
Section III : Exceptions au principe selon lequel la contrefaçon ne comprend pas d'élément intentionnel . . . . .	169
§ 1 - Cas du dépôt tardif . . . . .	169
§ 2 - Contrefaçon pour le compte d'un tiers . . . . .	170
Section IV : L'usage de la marque contrefaite . . . . .	172
§ 1 - Définition du délit d'usage - Textes . . . . .	172
§ 2 - L'élément matériel . . . . .	173
A - Le principe . . . . .	173
1°) Premier élément : La contrefaçon préalable . . . . .	173
2°) Second élément : Le fait d'usage . . . . .	174
B - Modes de commission du délit d'usage . . . . .	174
1°) Usage de la marque comme enseigne, nom commercial ou dénomination sociale . . . . .	175
2°) Usage comme référence pour accessoires ou pièces détachées . . . . .	178
3°) Usage avec les mentions « formule, façon, système, etc... » . . . . .	179
4°) Usage pour les produits authentiques . . . . .	179
5°) Usage oral de la marque déposée . . . . .	180
§ 3 - L'élément intentionnel . . . . .	181
<b>Chapitre II : L'imitation frauduleuse et l'usage de la marque ainsi imitée . . . . .</b>	<b>182</b>
Section I : Définition, éléments constitutifs, textes . . . . .	183
§ 1 - Définition et textes . . . . .	183
§ 2 - Eléments constitutifs du délit . . . . .	184
Section II : Les critères d'appréciation de l'imitation frauduleuse . . . . .	184
Sous-section I : Critère relatif à la marque même . . . . .	185

§ 1 - Règle générale : L'appréciation se fait de manière synthétique . . . . .	185
§ 2 - Exception : Cas de la marque contenant un élément banal . . . . .	186
§ 3 - Possibilité de confusion . . . . .	187
A - Le principe . . . . .	187
B - Jurisprudence maghrébine . . . . .	188
1°) Jurisprudence tunisienne . . . . .	188
2°) Jurisprudence marocaine . . . . .	190
3°) Jurisprudence algérienne . . . . .	192
§ 4 - Exemples concrets de confusion possible . . . . .	193
A - Similitude verbale . . . . .	193
1°) En Tunisie . . . . .	194
2°) Au Maroc . . . . .	194
3°) En Algérie . . . . .	195
4°) Similitudes non retenues . . . . .	197
B - Similitude figurative ou emblématique . . . . .	197
C - Similitude par association d'idées . . . . .	199
Sous-section II : Appréciation par rapport au consommateur	201
§ 1 - Acheteur d'attention moyenne . . . . .	201
§ 2 - Les deux marques ne sont pas placées simultanément sous les yeux de l'acheteur . . . . .	204
§ 3 - Connaissance de la langue . . . . .	204
Section III : Modalités de l'imitation . . . . .	207
§ 1 - Imitation d'un seul élément . . . . .	207
§ 2 - Adjonctions et suppressions . . . . .	208
Section IV : L'élément intentionnel dans l'imitation . . . . .	209
§ 1 - Imitation frauduleuse et action pénale . . . . .	210
A - Nécessité de l'intention frauduleuse . . . . .	210
B - Preuve de cette intention . . . . .	210

§ 2 - Imitation illicite et action civile en usurpation de marque . . . . .	213
A - Nature du délit civil . . . . .	213
B - Applications jurisprudentielles . . . . .	214
Section V L'usage de la marque frauduleusement imitée . . . . .	215
§ 1 - Les textes . . . . .	215
§ 2 - Eléments constitutifs du délit . . . . .	215
A - Élément matériel . . . . .	216
B - Élément intentionnel . . . . .	217
Section VI : Règles communes à la contrefaçon et à l'imitation frauduleuse . . . . .	217
§ 1 - L'usurpation doit se faire sans autorisation du propriétaire de la marque . . . . .	218
§ 2 - Certaines circonstances peuvent-elles justifier l'usurpation ? . . . . .	219
A - Tolérance - Provocation - Homonymie . . . . .	219
B - Existence de marques antérieures à celle du poursuivant . . . . .	219
Chapitre III : L'apposition frauduleuse de marque . . . . .	221
Section I : Textes - Définition . . . . .	221
Section II : L'élément matériel . . . . .	221
§ 1 - Apposition de la marque . . . . .	222
§ 2 - Substitution du produit . . . . .	224
§ 3 - Excuses généralement invoquées . . . . .	224
A - Dissimulation de la marque authentique . . . . .	224
B - Pratiques ou usages constants . . . . .	225
Section III : L'élément intentionnel . . . . .	226
§ 1 - Action pénale . . . . .	226
§ 2 - Action civile . . . . .	226

<b>Chapitre IV : La vente, la mise en vente, l'usage d'une marque portant des indications propres à tromper l'acheteur . . . . .</b>	<b>228</b>
Section I : Les délits de vente et mise en vente . . . . .	228
§ 1 - Définition - Textes . . . . .	228
§ 2 - Les éléments constitutifs du délit . . . . .	230
A - Élément matériel . . . . .	230
1°) Produits revêtus d'une marque incriminée . . . . .	230
2°) Nécessité d'une vente ou mise en vente . . . . .	230
B - Élément intentionnel . . . . .	231
Section II : L'usage d'une marque portant des indications propres à tromper l'acheteur . . . . .	233
<b>Chapitre V : Fraudes diverses . . . . .</b>	<b>235</b>
Section I : La détention . . . . .	235
§ 1 - Les textes . . . . .	235
§ 2 - Éléments constitutifs . . . . .	235
A - Élément matériel . . . . .	235
B - Élément intentionnel . . . . .	236
Section II : Non-apposition d'une marque obligatoire . . . . .	236
Section III : Marques collectives . . . . .	238
§ 1 - Définition et rappel . . . . .	238
§ 2 - Textes incriminant le délit . . . . .	238
Section IV : Emploi de signes prohibés . . . . .	239
<b>Titre II — Repression des atteintes portées à la marque . . . . .</b>	<b>240</b>
<b>Chapitre préliminaire : . . . . .</b>	<b>241</b>
Section I : Notions générales - Distinction entre les différentes actions . . . . .	241
Section II : Preuve des atteintes portées à la marque . . . . .	243
<b>Chapitre I : La saisie-contrefaçon . . . . .</b>	<b>244</b>

Section I : Législation . . . . .	244
Section II : La procédure de saisie . . . . .	245
Sous-section I : La requête . . . . .	245
§ 1 - Qui peut présenter la requête ? . . . . .	245
§ 2 - A qui peut être présentée la requête . . . . .	246
Sous-section II : L'ordonnance autorisant la saisie . . . . .	247
§ 1 - Opportunité de la saisie . . . . .	247
§ 2 - Détermination des conditions d'exécution . . . . .	248
§ 3 - Le cautionnement . . . . .	248
§ 4 - Durée de validité de l'ordonnance . . . . .	249
Sous-section III : Les recours contre l'ordonnance . . . . .	249
§ 1 - Recours par le saisi . . . . .	250
§ 2 - Recours par le saisissant . . . . .	251
Sous-section IV : Exécution de la saisie . . . . .	251
Sous-section V : Conséquences de la saisie pratiquée . . . . .	252
§ 1 - Obligation de poursuivre . . . . .	253
§ 2 - Responsabilité du saisissant pour saisie abusive . . . . .	254
§ 3 - Nullité de la saisie . . . . .	255
<b>Chapitre II : L'action judiciaire en contrefaçon . . . . .</b>	<b>256</b>
Section I : Les titulaires du droit d'agir . . . . .	256
Sous-section I : Le ministère public . . . . .	256
Sous-section II : La partie lésée . . . . .	257
§ 1 - Propriétaire et co-propriétaire . . . . .	257
§ 2 - Le cessionnaire . . . . .	258
§ 3 - Le licencié . . . . .	258
§ 4 - Consommateurs et syndicats professionnels . . . . .	259
Section II : Compétence et procédure . . . . .	259
Sous-section I : Règles de compétence . . . . .	259

§ 1 - Option entre voie civile et voie pénale . . . . .	260
§ 2 - Compétence « razione materiae » . . . . .	260
A - Le tribunal correctionnel . . . . .	260
B - Le tribunal civil . . . . .	262
§ 3 - Compétence « razione loci » . . . . .	263
Sous-section II : Règles de procédure . . . . .	264
§ 1 - Introduction de l'instance . . . . .	264
§ 2 - Déroulement de l'instance . . . . .	264
A - La procédure d'instance . . . . .	264
B - Les cas de litispendance . . . . .	264
C - Intervention à l'instance . . . . .	265
1°) Intervention volontaire . . . . .	265
2°) Intervention forcée : l'appel en garantie . . . . .	265
§ 3 - Fin de l'instance . . . . .	266
Sous-section III : Prescription . . . . .	266
Section III : Conséquence de l'action abusive . . . . .	267
§ 1 - Les textes . . . . .	267
§ 2 - La jurisprudence . . . . .	268
<b>Chapitre III : Les sanctions de l'atteinte au droit des marques</b> . . . . .	<b>269</b>
Section I : Les sanctions pénales . . . . .	269
Sous-section I : Les peines principales . . . . .	269
§ 1 - Nature . . . . .	269
§ 2 - Régime . . . . .	269
Sous-section II : Les peines complémentaires . . . . .	269
Section II : Les sanctions civiles . . . . .	270
Sous-section I : Les mesures restitutives . . . . .	270
§ 1 - L'interdiction . . . . .	270

§ 2 - L'astreinte . . . . .	271
§ 3 - Modification . . . . .	271
Sous-section II : Mesures réparatrices : D.I. . . . .	272
§ 1 - Textes et fondements . . . . .	272
§ 2 - Le tribunal compétent . . . . .	274
§ 3 - Les critères d'évaluation . . . . .	275
Section III : Les sanctions mixtes . . . . .	278
Sous-section I : Nature juridique de ces sanctions . . . . .	278
Sous-section II : La confiscation . . . . .	279
§ 1 - Caractères de la confiscation . . . . .	280
§ 2 - Objets susceptibles de confiscation . . . . .	281
A - Nature de ces objets . . . . .	281
B - Application de la jurisprudence maghrébine . . . . .	281
§ 3 - Personnes passibles de confiscation . . . . .	282
Sous-section III : La destruction . . . . .	282
Sous-section IV : La publicité . . . . .	283
Sous-section V : La radiation du dépôt . . . . .	286
§ 1 - Les textes . . . . .	286
§ 2 - Jurisprudence marocaine . . . . .	287

## Deuxième Partie

### LA PROTECTION DES MARQUES ETRANGERES

<b>Titre I — La protection des marques étrangères par les lois internes du maghreb . . . . .</b>	<b>290</b>
<b>Chapitre I : La protection des marques étrangères en Tunisie</b> . . . . .	<b>291</b>
Section I : Dispositions législatives . . . . .	291

Section II : Conditions d'exercice du droit . . . . .	292
§ 1 - Etablissement situé en Tunisie . . . . .	292
A - Notion d'établissement . . . . .	292
B - Respect des formalités prévues par la loi interne	293
§ 2 - Etablissement situé à l'étranger . . . . .	293
A - Conditions de réciprocité . . . . .	293
B - Conditions de forme . . . . .	294
<b>Chapitre II : La protection des marques étrangères au Maroc</b>	295
Section I : Dispositions législatives . . . . .	295
Section II : Conditions d'exercice du droit . . . . .	296
§ 1 - Conditions de fond . . . . .	296
§ 2 - Conditions de forme . . . . .	297
<b>Chapitre III : La protection des marques étrangères en Algérie</b>	298
Section I : Dispositions législatives . . . . .	298
Section II : Conditions d'exercice du droit . . . . .	298
§ 1 - Conditions de fond . . . . .	298
§ 2 - Conditions de forme . . . . .	299
Section III : Cas particulier de l'article 19 . . . . .	299
Section IV : Conflits de lois . . . . .	300
<b>Titre II — La protection des marques étrangères par les conventions internationales</b>	302
<b>Chapitre préliminaire : Evolution et organisation de la propriété industrielle</b>	303

Section I : Evolution du droit de la propriété industrielle . . .	303
Section II : Organisation mondiale de la propriété industrielle . . . . .	304
<b>Chapitre I : La Convention d'Union de Paris</b>	305
Section I : Considérations générales sur la convention . . . .	305
Sous-section I : Origine et buts de la convention . . . . .	305
Sous-section II : Les membres de l'union et les bénéficiaires de la convention . . . . .	305
Section II : Les grands principes de la convention . . . . .	307
Sous-section I : L'assimilation de l'unioniste au national . .	307
§ 1 - Le principe . . . . .	307
§ 2 - Jurisprudence internationale - L'arrêt Omega . . .	308
Sous-section II : Règles de traitement unioniste . . . . .	309
§ 1 - Obligation pour les Etats unionistes de compléter leur législation nationale sur certains points . . . . .	309
§ 2 - Protection de la marque telle quelle . . . . .	310
A - Texte et fondement . . . . .	310
B - Jurisprudence internationale . . . . .	311
§ 3 - Le droit de priorité unioniste . . . . .	314
§ 4 - La déchéance faute d'exploitation . . . . .	315
§ 5 - Les marques dont la protection est refusée . . . .	316
A - Celles portant atteinte à une « marque notoire »	316
B - Les insignes officiels des pays de l'Union . . . . .	317
§ 6 - Autres cas de protection . . . . .	318
A - Protection des marques aux expositions . . . . .	318
B - Les marques de service et les marques collectives	318

Chapitre II : Les unions restreintes : Arrangement de Madrid	
Arrangement de Nice - Traité de Vienne . . . . .	320
Section I : L'Arrangement de Madrid . . . . .	320
Sous-section I : Historique et but . . . . .	320
Sous-section II : Adhérents et bénéficiaires . . . . .	321
Sous-section III : Les principes de l'Arrangement . . . . .	321
§ 1 - Conditions d'application . . . . .	321
§ 2 - Cas de refus d'enregistrement par les administrations nationales . . . . .	323
§ 3 - Les effets de l'enregistrement international . . . . .	325
Section II : L'Arrangement de Nice . . . . .	327
Section III : Le Traité de Vienne - « T.R.T. » . . . . .	327
Conclusion . . . . .	329
Annexes . . . . .	335
— Tunisie . . . . .	336
— Maroc . . . . .	347
— Algérie . . . . .	367
Bibliographie . . . . .	421