

## FICHE D'IDENTITE

- Réf : 2189798 stg

- Classement : SMAP 211687

### ■ ELEMENTS DE RECHERCHE :

Toutes citations :

- SMAP IMMO : salon de l'immobilier marocain du 25 au 28/05/07 au Parc Floral de Paris-Vincennes (94)

- SAMIR EL CHAMMAH : organisateur de Smap Immo

■ SITE : L'Economiste ([www.leconomiste.com](http://www.leconomiste.com))

- Référence de la page : <http://www.leconomiste.com/article.html?a=78284>

## EXTRAIT DE CITATION

14/05/2007

Enseignes, marques. n'oubliez pas de renouveler la protection!

### • Des jugements parfois aberrants

### • Même l'acoustique compte

Le litige entre «Villa Mandarine» et Mandarine Group n'est pas le premier du genre. A l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), établissement auprès duquel toutes les marques marocaines doivent être déposées pour bénéficier d'une protection, on indique que plusieurs dossiers du même type ont déjà été traités. Il existe donc une jurisprudence en la matière. Ce qui devrait donc permettre aux juges chargés de statuer sur ce type de litiges commerciaux de disposer d'éléments de comparaison. «La marque est un actif de la société. Comme tous les autres actifs, elle doit être protégée», explique Me Mehdi Diouri. Au Maroc, le droit ne s'est intéressé à cet aspect des choses qu'à partir de 1997. C'est-à-dire bien tardivement. Or, tout développement commercial suppose une organisation, au moins sur le volet juridique. C'est la loi 17-97, amendée en 2006, qui est venue réglementer la protection des marques. Elle prévoit les dispositions pour protéger la propriété industrielle et a pour objet les brevets d'invention, les schémas de configuration (topographies) de circuits intégrés, les dessins et modèles industriels, les marques de fabrique, de commerce ou de service, le nom commercial, les indications géographiques et les appellations d'origine ainsi que la répression de la concurrence déloyale. Ce domaine du droit reste toutefois récent. «Certains jugements ont été aberrants», indique un juriste. Il cite à cet égard le cas d'un fabricant de mortadelle qui s'est vu intenter un procès par un autre fabricant parce qu'il utilisait le nom de mortadelle pour désigner son produit. Les dossiers sont souvent traités au cas par cas. «Le poids de chacune des parties est souvent déterminant, avance la même source, une firme internationale aura gain de cause dans la majorité des cas face à une petite structure».

Cette protection peut aussi être d'ordre acoustique. Un nouveau venu peut en effet vouloir profiter de la notoriété d'un prédécesseur, ne fut-ce qu'en créant une confusion «acoustique». On aura remarqué l'étroite ressemblance entre le **SMAP IMMO** (Salon de l'immobilier à Paris), qui existe depuis plusieurs années et le **SAMB IMMO** (Salon de l'Immobilier à Bruxelles), qui va tenir sa première édition ce mois-ci. «Il s'agit plutôt de concurrence déloyale», précise Diouri. Pour continuer à bénéficier de la protection, il ne faut surtout pas oublier de la renouveler. Auquel cas, la protection tombe. Les juges marocains restent encore, de l'avis de nombreux juristes, peu formés pour statuer sur des litiges commerciaux de ce type. Mais la plus grande ouverture économique et la nécessaire organisation du marché obligeront les tribunaux à se doter des ressources humaines compétentes.

**Attention à la confusion!**

La marque offre d'abord une protection à son propriétaire. L'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC) définit la marque comme «un signe distinctif qui indique que les produits et services sont produits ou fournis par une certaine personne physique ou morale». Elle peut être de fabrique, de commerce ou de service. Elle est protégée pour une durée de 10 ans, indéfiniment renouvelable.

Il existe trois catégories de marques. La marque de fabrique est celle apposée par un fabricant. La marque de commerce est celle qu'un commerçant appose sur des produits qu'il met en vente. Enfin, la marque collective est utilisée par une association.

A ne pas confondre avec une enseigne qui est définie comme «toute inscription, forme, ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'exerce».

L'enseigne est un signe sensible permettant d'individualiser une entreprise ou un commerce. La création d'une enseigne se fait généralement dans une logique de fidélisation de la clientèle. Ce signe est lui aussi protégé.

A. D.

## DESCRIPTION DU SITE

### ■ DESCRIPTION DU SITE PAR LUI-MEME :

Le premier quotidien du Maroc.

#### DESCRIPTION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

Site du journal marocain papier "l'Economiste". Il met en ligne l'intégralité de son édition papier couvrant ainsi l'actualité macro et micro économique nationale et internationale, ainsi que l'actualité politique marocaine.

#### NOTATION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

NOTATION GÉNÉRALE	X	X	X	X	
RICHESSE DU CONTENU	X	X	X	X	
QUALITÉ RÉDACTIONNELLE	X	X	X	X	
QUALITÉ GRAPHIQUE	X	X	X		
FRÉQUENCE DES MISES À JOUR	X	X	X	X	X

*L'appréciation que réalise l'Argus de la Presse sur les sites qu'elle sélectionne privilégie avant tout l'information. La richesse du contenu s'apparente donc à une richesse éditoriale régulièrement renouvelée.*

### ■ CONTACTS RELEVÉS SUR LE SITE :

#### Nom/Position

Contact

Page de contact

#### Coordonnées

L'Economiste

201, Boulevard de Bordeaux

Casablanca

Maroc

Tél : (212-2) 27.16.50

Fax : (212-2) 29.72.85 / 40.40.16

#### E-mail/Page de contact

Info@leconomiste.com

<http://www.leconomiste.com/contact/>