

**COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS  
AUPRES DE L'OAPI**

=====

*Session du 30 mai au 10 juin 2022*

**DECISION N°0026/22/OAPI/CSR**

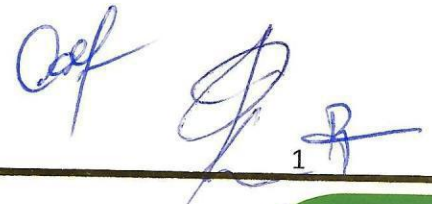
COMPOSITION

Président : Monsieur FADE Camille Aristide  
Membres : Monsieur KONDROUS Bertrand Quentin  
Monsieur KOLOMOU Noël  
Rapporteur : Monsieur KOLOMOU Noël

**Sur le recours en annulation de la décision n°  
1183/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 11 juin 2021 portant rejet de  
l'opposition à l'enregistrement n°114226 de la marque « SUPER PRINCE »**

LA COMMISSION

- Vu** L'Accord de Bangui révisé du 24 février 1999 ;
- Vu** Le Règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission Supérieure de Recours, adopté à Nouakchott le 04 décembre 1998 et aménagé à N'djamena le 04 novembre 2001 ;
- Vu** La décision n° 1183/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 11 juin 2021 sus-indiquée ;



**Vu** Les écritures des parties ;

**Ouï** Monsieur KOLOMOU Noël en son rapport ;

**Ouï** Les parties et le Directeur Général en leurs observations orales ;

**Et** après en avoir délibéré conformément à la loi ;

**Considérant** que la marque « SUPER PRINCE + Logo » a été déposée le 13 mars 2020 par la société EL PARADIS COSMETIC et enregistrée sous le n°114226 pour les produits de la classe 3 puis publiée au BOPI n°06MQ/2020 paru le 10 juillet 2020 ;

Que la société GHANDOUR COSMETICS LTD a, par l'organe du cabinet DUDIEU IP EXPERTISE, formulé en date du 26 août 2020 une requête en opposition à l'enregistrement de ladite marque ;

Que l'examen de sa demande a abouti à la décision n°1183/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 11 juin 2021 de monsieur le Directeur général par laquelle ce dernier a rejeté l'opposition à l'enregistrement de la marque « SUPER PRINCE » n°114226.

Que par lettre en date du 14 septembre 2021 reçue au secrétariat de la Commission Supérieure de Recours le 17 septembre 2021 sous le n°0076, le cabinet DUDIEU a exercé pour le compte de sa cliente un recours en annulation contre ladite décision ;

**Considérant** qu'au soutien de son recours, la société GHANDOUR COSMETICS LIMITED développe par la plume de son conseil qu'elle est titulaire de la marque antérieure « PRINCESS, déposée à l'OAPI en classe 3 le 08 juillet 2009 et enregistrée sous le n°62154 pour les produits de la classe 3 ;

Qu'après avoir constaté sur le marché ivoirien des produits marqués PRINCESSE, elle faisait signifier en date du 10 mars 2020 à la société EL PARADIS COSMETICS par le biais de Maître BAMBA AHMED, Huissier de Justice à Abidjan, une mise en demeure, l'invitant à cesser toute exploitation de la dénomination PRINCESSE ou toutes autres marques identiques ou similaires à la sienne ;

Que trois jours après la réception de ladite mise en demeure, la société EL PARADIS COSMETIC se précipita à l'OAPI pour déposer la marque

querellée « SUPER PRINCE », qui n'est autre que la dénomination PRINCESSE de laquelle on a ôté la troisième syllabe « SSE » et ajouter l'adjectif « SUPER » alors que les produits trouvés sur le marché avant la mise en demeure ne portaient pas cet adjectif ;

Qu'une telle concomitance dans le dépôt de cette marque contrefaisante, qui est loin d'être le fruit du hasard, met en exergue la mauvaise foi doublée de la fraude orchestrée par la société EL PARADIS COSMETIC, toute chose qui postule à la radiation de cette marque déposée selon elle en fraude de ses droits pour tirer particulièrement avantage de la notoriété de sa marque « PRINCESS » ;

Qu'en procédant comme supra, la société EL PARADIS COSMETIC croyait échapper à la contrefaçon ignorant que les légères modifications apportées à la dénomination PRINCESSE après la mise en demeure du 10 mars 2020 n'ont aucune conséquence sur l'illicéité de celle-ci ;

Que les marques PRINCESS et PRINCE présentent des similitudes au niveau des syllabes d'attaque « PRINCE » ; que l'adjonction de l'adjectif « SUPER » ne saurait supprimer tout risque de confusion auprès du consommateur d'attention moyenne ;

Qu'une comparaison des deux signes (PRINCESS et PRINCE) en conflit, démontre clairement leur identité ;

Que les marques PRINCESS et PRINCE sont conceptuellement, phonétiquement, visuellement et intellectuellement identiques ;

Qu'aux termes de l'article 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui Révisé du 24 Février 1999 : « Une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une marque appartenant à un titulaire dont la date du dépôt est antérieure, pour les mêmes produits ou pour les produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de confusion » ;

Que les produits commercialisés sous les deux marques « PRINCESS et PRINCE » sont identiques dans leur nature, leur utilisation et destination ;

Qu'elles ont toutes été déposées pour couvrir les mêmes produits de la classe 3 et seront commercialisées sur le même territoire auprès des mêmes consommateurs ;



Que leur caractère concurrent est caractérisé, la parfaite similitude des classes et des produits étant plus qu'évidente ;

Que le risque de confusion est direct au sens étroit du terme car le public sera amené à attribuer la même origine aux deux marques du fait de l'identité des produits couverts ;

Qu'elle martèle que la jurisprudence de la Commission Supérieure de Recours est constante en la matière ; qu'elle sollicite l'infirmité pure et simple de la décision querellée de Monsieur le Directeur général de l'OAPI et la radiation de l'enregistrement de la marque « SUPER PRINCE » ;

**Considérant** qu'en réplique, la société EL PARADIS COSMETIC soutient le bien-fondé de la décision attaquée tout en invoquant de la jurisprudence justificative de l'OAPI ;

Que dans l'exposé des motifs de sa décision, le Directeur général énonce premièrement « attendu que du point de vue visuel, les marques en conflit ne se présentent pas de la même manière ;

Que la marque de l'opposant s'écrit PRINCESS sous un fond jaune avec des lignes de couleurs diverses alors que la marque du déposant est à dominance bleu avec des éléments verbaux SUPER PRINCE sur lequel se trouve une couronne » ;

Qu'ensuite, il ajoute « attendu que compte tenu des différences visuelle et phonétique prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires en conflit prises dans leur ensemble, se rapportant à la classe 3, il n'existe pas de risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne » ;

Qu'ainsi, le Directeur conclut à l'absence de risque de confusion entre les marques en conflit ;

Que la comparaison minutieuse des marques litigieuses donne de constater qu'elles ne sont point similaires ;

Que d'ailleurs outre les points de vue visuel et sonore qui ont retenu l'attention du Directeur général dans l'exposé des motifs de sa décision, il y a le point de vue intellectuel qui est tout aussi pertinent et milite en faveur de la coexistence des marques querellées sans risque de confusion ;



Qu'en toute logique parler de princesse ce n'est pas parler de prince. Puisque la princesse est du genre féminin alors que le prince est du genre masculin ; Qu'il est vrai que mots « princesse » et « prince » renvoient à l'univers de la royauté ou en d'autres termes aux enfants du Roi, mais les deux ne sauraient se confondre ;

Qu'ainsi l'appelante a choisi dans cet univers de s'intéresser au genre féminin en utilisant l'orthographe anglaise PRINCESS ; que par contre, l'intimée a choisi de s'intéresser ici au genre masculin ; que plutôt de se contenter du simple mot PRINCE, elle a retenu comme dénomination de sa marque l'expression SUPER PRINCE en y ajoutant d'autre élément de sorte à la rendre assez complexe pour éviter qu'elle soit confondue à toute autre ;

Que la Commission Supérieure de Recours, dans sa décision n°010/19/OAPI/CSR a confirmé la décision du Directeur général portant rejet de l'opposition initiée contre la marque « Kristal Drink » ;

Que dans cette espèce, le Directeur a reconnu à bon droit que la marque « Cristaline » de l'opposant est complexe et celle du déposant est verbale car constituée par deux éléments verbaux ; que cela ne saurait créer entre elles un risque de confusion ;

Que de même dans sa décision n°002/19/OAPI/CSR, la Commission Supérieure de Recours a encore confirmé la décision du Directeur général portant rejet de l'opposition initiée contre la marque BONGOU + Logo ;

Que le Directeur a dans ses motifs fait savoir que compte tenu des différences visuelles et phonétiques prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques BONGOU + Logo et UM BONGO, il n'existe aucun risque de confusion ;

Que les espèces ayant donné lieu aux décisions sus rappelées présentent quasiment les mêmes situations que l'espèce opposant les marques PRINCESS et SUPER PRINCE ;

Qu'en effet ces marques en conflit bien que couvrant la même classe, présentent des différences visuelles et phonétiques prépondérantes ;

Qu'elle demande à la Commission Supérieure de céans, la confirmation de la décision attaquée ;



**Considérant** que dans ses écritures datées du 08 février 2022, le Directeur général de l'OAPI fait valoir d'abord que sa décision querellée est fondée sur l'évaluation du risque de confusion en prenant en compte les similitudes des marques en cause en rapport avec les produits couverts par celles-ci ;

Que les marques des deux titulaires en conflit produisent une impression d'ensemble différente qui supprime tout risque de confusion pour les consommateurs et les milieux commerciaux ;

**En la forme :**

**Considérant** que le recours formé par la société GHANDOUR COSMETICS LIMITED, représentée par le cabinet DUDIEU IP EXPERTISE, Mandataire agréé, est régulier en la forme ;

Qu'il y a lieu de le déclarer recevable ;

**Au fond :**

**Considérant** qu'au sens de l'article 3 (b) et (d) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui du 24 février 1999, une marque ne peut être valablement enregistrée lorsque *celle-ci est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou services ou pour des produits ou services similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ou si elle est susceptible d'induire en erreur le public ou les milieux commerciaux notamment sur l'origine géographique;*

*Qu'il s'induit de ces dispositions, que l'enregistrement d'une marque est admis lorsqu'elle est distincte de la marque antérieure enregistrée et ne comporte pas un risque de confusion pour les mêmes produits ou services ;*

Considérant que les marques des deux titulaires en conflit se présentent ainsi :



n°114227



n°62154

Que, de la comparaison des deux signes en présence, il se révèle qu'au plan visuel, les marques en conflit ne se présentent pas de la même manière ;

Que la marque de l'opposant s'écrit « Princess » sous un fond jaune avec des lignes de couleurs diverses ;

Qu'à contrario, la marque du déposant est à dominance bleu avec les éléments verbaux « super Prince » sur lequel se trouve une couronne ;

Que sur le plan phonétique, les éléments verbaux des deux marques se prononcent différemment ;

Que bien que ces marques couvrent les mêmes produits de la classe 3, elles produisent une impression d'ensemble différente supprimant ainsi tout risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne et les milieux commerciaux ;

Qu'au demeurant, l'admission de l'enregistrement de la marque « SUPER PRINCE » par l'OAPI ne viole nullement les dispositions de l'article 3(b) et (d) de l'Annexe III suscitée ;

Que les arguments de la société GHANDOUR COSMETICS LIMITED sont impertinents ;


Qu'il y a lieu de les rejeter ;

### **PAR CES MOTIFS,**

Statuant en premier et dernier ressorts et à la majorité des voix ;

En la forme : **Reçoit la société GHANDOUR COSMETICS LIMITED représentée par le cabinet DUDIEU IP Expertise, Mandataire agréé en son recours ;**

Au fond : **L'y dit mal fondée ;**



**En conséquence, confirme la décision n°1183/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 11 juin 2021 portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « SUPER PRINCE + Logo » n°114227.**

Fait et jugé à Yaoundé, le 03 juin 2022

Le Président,

  
**Camille Aristide FADE**

Les membres,



**Bertrand Quentin KONDROUS**

**Noël KOLOMOU**

