

**COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS
AUPRES DE L'OAPI (CSR)**

=====

Session du 30 mai au 08 juin 2024

DECISION N° 022/24/OAPI/CSR DU 06 JUIN 2024

COMPOSITION

Président : Monsieur RIBGOALINGA Wêndinda Charles ;
Membres : Monsieur TOGOLA Fousséni ;
Monsieur KOUSSABALO Mayaba Nicolas ;
Rapporteur : Monsieur KOUSSABALO Mayaba Nicolas ;

Sur le recours en annulation de la Décision n°1442/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 15 décembre 2022 du Directeur Général de l'OAPI portant radiation de l'enregistrement de la marque « PRINCESSE + LOGO » n°115796 ;

LA COMMISSION

- Vu** l'Accord de Bangui du 02 mars 1997 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, Acte du 14 décembre 2015, entré en vigueur le 14 novembre 2020 ;
- Vu** le Règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission Supérieure de Recours, adopté à Nouakchott le 04 décembre 1998, aménagé à N'djamena le 04 novembre 2001 et à Dakar le 08 décembre 2020 ;
- Vu** la Décision n°1442/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 15 décembre 2022 du Directeur Général de l'OAPI, susvisée ;

Vu les écritures des parties ;

Ouï Monsieur KOUSSABALO Mayaba Nicolas en son rapport ;

Ouï les parties en leurs observations orales ;

Ouï Monsieur le Directeur Général de l'OAPI en ses observations orales ;

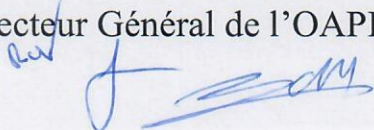
Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Considérant que le 22 janvier 2020, Monsieur HOUSNI Mohamed Abdou a déposé la marque « PRINCESSE », enregistrée sous le n°115796 pour les produits de la classe 29 et publiée au BOPI N°9MQ/2020 paru le 9 octobre 2020 ; que cette marque a été transmise par inscription de cession du 24 novembre 2020 à la société LEIMDI ;

Considérant que le 24 février 2021, la société UNIMER, représentée par le cabinet CAZENAVE SARL, Mandataire agréé auprès de l'OAPI, a formé opposition contre cet enregistrement, au motif que la marque « PRINCESSE » est une reproduction à l'identique de sa marque « PRINCESSE + LOGO » n°110052 qu'elle a déposée le 02 août 2019 pour les mêmes produits de la classe 29 ;

Considérant que par Décision n°1442/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 15 décembre 2022, le Directeur Général de l'OAPI a radié l'enregistrement de la marque « PRINCESSE + LOGO » n°115796, au motif qu'il existe entre celle-ci et la marque « PRINCESSE + LOGO » n°110052 un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux en même temps, ni à l'oreille à des temps rapprochés ;

Considérant que par requête en date du 17 mars 2023 reçue à l'OAPI le 23 mars 2023, la société LEIMDI représentée par le Cabinet FOJOU, Avocat, Mandataire agréé auprès de l'OAPI, a formé recours contre cette décision du Directeur Général de l'OAPI devant la Commission Supérieure de Recours ;



Que dans son mémoire ampliatif en date du 13 mars 2023 reçu à l'OAPI le 23 mars 2023, la société LEIMDI sollicite la recevabilité de son recours pour avoir été fait dans le délai prescrit ;

Qu'au fond, elle relève deux griefs contre la décision attaquée, tirés de l'absence du risque de confusion ou de tromperie entre les marques en conflit et de l'absence de violation des dispositions de l'article 3 (b) de l'Accord de Bangui ;

Que sur l'absence du risque de confusion ou de tromperie, elle note que, relativement aux produits de consommation auxquels les deux marques s'appliquent, la société UNIMER tout comme le Directeur Général de l'OAPI reconnaissent qu'il existe des différences visuelles, phonétiques et conceptuelles ; qu'au cours de sa recherche d'antériorité, l'OAPI n'a pas établi qu'un signe semblable avait été déjà déposé ;

Que sur l'absence de risque de confusion relativement aux signes en présence, elle estime que les deux marques empruntent certes, un signe figuratif, le « dessin de sardine » pour poisson, mais il s'agit d'une adjonction d'un terme générique dans le domaine de la consommation alimentaire qu'elle ne saurait s'approprier à titre exclusif ; que les signes et les éléments graphiques de la marque « PRINCESSE » n°115796 et ceux de la marque « PRINCESSE n°110052 sont différents ; que les deux signes sont constitués de plusieurs couleurs ; que dans sa marque PRINCESSE n°115796, on observe la primauté de la couleur blanche, une photographie complète de la face d'une boîte de sardine accompagnée de dessin et motif très patents ; qu'en revanche dans la marque « PRINCESSE » n°110052 » de la société UNIMER, on voit plutôt la primauté de la couleur or avec un dessin réaliste et artistique ; que cette association d'images, très dominante donne à la marque de cette société un caractère très distinctif ;

Qu'une marque complexe s'apprécie comme un tout indissociable, inséparable tel qu'il ressort de la théorie du tout indivisible ; que c'est donc à tort que dans sa comparaison, la société UNIMER a détaché un des éléments distinctifs de la marque querellée (les dessins, critère très distinctif et patent) avec son signe ;

Que sur l'absence du risque de confusion relativement aux produits en

fw


présence, la société LEIMDI estime que certes, les produits des deux marques sont tous de la même classe (29), mais les siens sont limités aux produits à base de poissons, viande et volailles contrairement à ceux de la société UNIMER qui revendiquent l'entièreté de la classe 29 ; qu'elle fait observer que, par exemple dans un arrêt du 30 septembre 2016, la Cour d'Appel de Paris (RG n°15/19136) a apprécié le risque de confusion par définition du public pertinent, lequel était un public avisé, qui ne pouvait se méprendre sur les produits des deux marques ; qu'en l'espèce, l'appréciation du risque par le public pertinent est cruciale surtout que ce public a tendance à être vigilant face à la pléthore de marques de la classe 29 sur le marché ;

Que sur l'absence de violation des dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la société LEIMDI soutient que le risque de tromperie ou de confusion allégué pour radier sa marque n'est pas suffisamment pertinent ; que la notion d'identité renvoie à la reproduction à l'identique, sans ajout, retrait ou modifications et autres ; qu'or, la marque «PRINCESSE » n°115796 est accompagnée à l'enregistrement de dessins et motifs très patents, contrairement à la marque antérieure n°110052 ;

Qu'il résulte de ce qui précède que les deux marques peuvent parfaitement coexister ; que c'est pourquoi, elle sollicite l'annulation de la décision n°1442/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 15 Décembre 2022 du Directeur Général de l'OAPI portant radiation de l'enregistrement de la marque « PRINCESSE +LOGO » n°115796 ;

Considérant que par mémoire en réponse en date du 08 décembre 2023 reçu à l'OAPI le même jour, la société UNIMER, représentée par le cabinet CAZENAVE SARL, Mandataire agréé auprès de l'OAPI, rétorque que le risque de confusion s'apprécie au regard des ressemblances et non des différences ; que les recherches d'antériorité n'engagent pas l'OAPI et ne peuvent en aucun cas être une preuve de l'absence de confusion entre deux marques ; que s'il est vrai que le dessin de sardine a un caractère descriptif pour les produits en cause, le dessin de la marque n°115796 est absolument identique à celui de sa marque et est de la même taille ; qu'elle précise qu'elle ne revendique pas la protection pour un dessin de poisson en général, mais pour le dessin spécifique apparaissant sur sa marque et repris à l'identique par la marque de la société LEIMDI ;

Qu'au niveau des couleurs, elle fait remarquer que la teinte dominante est dans les tons de rouge pour les deux marques laissant ainsi apparaître une ressemblance globale ; qu'en effet, la teinte blanche est loin d'être dominante dans la marque litigieuse ; que dans sa marque, le dessin de boîte de sardine, purement descriptif, ne retient pas spécialement l'attention et est insuffisant pour éviter la confusion ;

Que sur le terme « PRINCESSE », les deux marques ont en commun ce mot, particulièrement dominant dans chacune des marques en litige et écrit avec le même graphisme et les mêmes lettres ;

Que le principe de l'indivisibilité n'empêche pas que la reproduction d'un ou plusieurs éléments distinctifs dominants apparaissant dans une marque complexe permette de conclure à un risque de confusion comme jugé dans de nombreuses décisions de la Commission Supérieure de Recours dont les Décisions n°008/22, n°0048/22 et n°0043/22 ;

Que sur les différences entre les produits, la société UNIMER soutient que s'il est vrai que les produits de la marque de la société LEIMDI se limitent aux « poisson, viande et volaille », ces mêmes produits sont compris dans la liste déposée pour sa marque ; qu'il y a donc identité entre les produits des marques en conflit ;

Que sur la violation de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la société UNIMER note l'identité de l'élément verbal « PRINCESSE » et du dessin de poisson ; que ces éléments sont prépondérants et pertinents, d'où la violation de la disposition sus-visée par le dépôt de la recourante ;

Qu'elle sollicite en conséquence la confirmation de la décision du Directeur Général de l'OAPI qui a radié la marque « PRINCESSE + dessin » n°115796 ;

Considérant que dans ses observations en date du 07 juin 2023, le Directeur Général de l'OAPI estime que les deux signes présentent une impression d'ensemble identique dans la mesure où les marques respectives partagent une identité de lettres, de couleurs, d'éléments graphiques sur le plan visuel et une consonance auditive identique sur le plan phonétique ; que les ressemblances visuelle et phonétique sont prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prise dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la même classe 29 ; qu'il existe un risque de

confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux en même temps, ni à l'oreille à des temps rapprochés ;

En la forme

Considérant que le recours de la société LEIMDI, représentée par le cabinet FOJOU, Avocat au Barreau du Cameroun, Mandataire agréé auprès de l'OAPI, a été introduit dans les formes et délais prescrits par la loi ; qu'il est donc régulier et mérite d'être déclaré recevable ;

Au fond

Considérant qu'il résulte des dispositions de l'article 3 (a) et (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, qu'une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est dépourvue de caractère distinctif ou si elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée 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 ;

Que l'article 7 du même texte énonce que « *l'enregistrement de la marque confère à son titulaire le droit exclusif d'empêcher tous les tiers agissant sans son consentement de faire usage au cours d'opérations commerciales de signes identiques ou similaires pour des produits ou services qui sont similaires à ceux pour lesquels la marque de produits ou de services est enregistrée dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion (...)* » ;

Considérant qu'il est reproché à la Décision n°1442/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 15 décembre 2022 du Directeur Général de l'OAPI d'avoir radié l'enregistrement de la marque « PRINCESSE + LOGO » n°115796, alors que le risque de confusion sur lequel cette décision s'est fondée n'existe pas ; que l'OAPI ne lui a pas déclaré lors de sa recherche d'antériorité que son signe avait fait l'objet d'un précédent dépôt ;

Considérant que la recherche d'antériorité est purement indicative ; qu'elle ne lie ni le Directeur Général de l'OAPI, ni la Commission Supérieure de Recours dans l'appréciation du risque de confusion ;

Que l'analyse visuelle des deux marques révèle qu'elles ont en commun

aw A BOM

l'élément figuratif d'une sardine ayant la même forme et le même positionnement ; qu'elles ont les mêmes couleurs ; qu'il s'agit d'un fond rouge à demi rectangle vers le haut ; que le mot « PRINCESSE », en couleur blanche avec le même style d'écriture, beigne dans ce fond rouge ; que vers le bas, on observe un fond blanc dans lequel se trouve l'image du poisson (sardine) en dessus duquel on observe des écritures en très petits caractères, et loin duquel apparaît un petit logo dans un cercle ; que sur le plan phonétique, les deux marques ont en commun le mot « PRINCESSE » qui se prononce de la même manière, avec une identité de lettres, de syllabes et de sonorité auditive ;

Qu'il s'ensuit qu'aux plans visuel, conceptuel et phonétique, la marque n°115796 a incorporé tous les éléments de la marque n°110052 ;

Que ces ressemblances sont très prépondérantes par rapport aux différences qui ne peuvent être perceptibles que si les deux marques sont sous les yeux en même temps ; qu'en effet, c'est lorsque les deux marques sont ensemble qu'on note que le mot « PRINCESSE » de la marque n°115796 est plus visible que celui de la marque n°110052 ; qu'on perçoit que la couleur rouge de la marque n°115796 est plus vive et foncée que celle de la marque concurrente ; qu'on réalise que la couleur dans laquelle beigne le poisson en sardine est blanche dans la marque n°115796, tandis qu'elle se présente en jaune blanc dans la marque n°110052 ; que mais ces différences sont si mineures dans l'impression d'ensemble par rapport aux ressemblances qui se dégagent, qu'elles nécessitent un effort d'attention de la part d'un consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux pour les percevoir ;

Considérant que les produits de la marque n°115796 contestée qui se limitent uniquement aux poissons, viande et volailles, sont compris dans ceux couverts par la marque n°110052 ; que les produits de la même classe 29 des deux marques en conflit sont dès lors similaires, sinon identiques ; qu'il y a donc un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne à qui on ne peut imposer une obligation de vigilance, qui n'a pas les deux marques sous les yeux au même moment, lequel peut légitimement croire que les produits proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement ;

Considérant que c'est alors à bon droit que par Décision n°1442/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 15 décembre 2022, le Directeur Général

RW


de l'OAP a radié l'enregistrement de la marque «PRINCESSE + LOGO » n°115796 ; qu'il convient donc de rejeter la demande d'annulation de cette décision ;

PAR CES MOTIFS

Statuant en premier et dernier ressort ;

En la forme : **déclare la société LEIMDI recevable en son recours ;**

Au fond : **l'en déclare mal fondée et l'en déboute ;**

Ainsi fait et jugé à Yaoundé le 06 juin 2024

Le président,


RIBGOALINGA Wêndinda Charles

Les membres,


TOGOLA Fousséni


KOUSSABALO Mayaba Nicolas