

## COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS AUPRES DE L'OAPI

=====

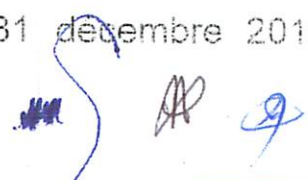
SESSION DU 19 AU 23 OCTOBRE 2015

**DECISION N°  00196 /OAPI/CSR**

Sur le recours en annulation de la décision n°00116/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 31 décembre 2013 portant radiation de l'enregistrement de la marque « RAJSI SUPER GINGER + vignette » n° 66899.

### LA COMMISSION

- Vu** l'Accord de Bangui du 02 mars 1997 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, révisé et entré en vigueur le 28 février 2002.
- 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°0116/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 31 décembre 2013 susvisée ;

Three handwritten signatures in blue ink are visible at the bottom right of the page.

1980

00:00:00

**Vu** les écritures et les observations orales des parties ;

Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

**Considérant** que la marque « **RAJSI SUPER GINGER + Vignette** » a été déposée le 25 janvier 2011 par **Monsieur ABOUL AZIZ MOUMOUNI** et enregistrée sous le n°66899 dans la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 3/2011 paru le 09 décembre 2011 ;

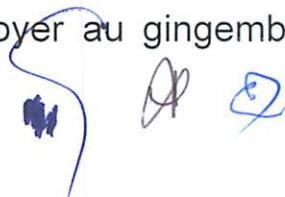
**Considérant** qu'une opposition à cet enregistrement a été formulée le 03 janvier 2012 par la société **UNIFOOD S.A**, représentée par le Cabinet ZADA ;

**Considérant que** par décision en date du 31 décembre 2013 le Directeur Général de l'OAPI a radié l'enregistrement de la marque **RAJSI SUPER GINGER + Vignette** ;

**Considérant** que cette décision a fait l'objet d'un recours auprès de la Commission Supérieure de Recours en date du 03 juin 2014 par Monsieur Abdoul AZIZ MOUMOUNI, représenté par le Cabinet d'Avocats YARO ;

Qu'à l'appui de son recours, **sieur MOUMOUNI** expose qu'il est de principe en droit que toute décision doit être suffisamment motivée ; qu'en prétendant qu'il existe des ressemblances visuelles, phonétiques et intellectuelles prépondérantes, le Directeur Général de l'OAPI n'a nulle part évoqué ces éléments caractéristiques ; que s'agissant des couleurs, il s'est acquitté des taxes pour revendiquer les couleurs vert - jaune -rouge lors de son dépôt alors que son adversaire n'a revendiqué aucune couleur ni ne s'est acquitté de la taxe pour la publication en couleur de la **marque « SUPER GNAMAKOU »** ; que quant au plan phonétique et intellectuel, il s'agit de marques relatives à des bonbons contenant du gingembre, dont la prononciation n'est pas la même : **GNAMAKOU** en Bambara et **GINGER** en Anglais pour créer un risque de confusion ;

Que la décision querellée ne s'est pas appesantie sur les éléments distinctifs des marques des deux titulaires **RAJSI SUPER GINGER** et **SUPER GNAMAKOU** en violation de l'article 3b de l'Annexe III de l'Accord de Bangui révisé ; que les différences visuelles, phonétiques et intellectuelles étant prépondérantes par rapport aux ressemblances, il n'y a dès lors pas de copie servile pouvant établir une imitation frauduleuse susceptible de confusion par le simple fait de renvoyer au gingembre se



prononçant GNAMAKOU en Bambara et GINGER en Anglais, deux langues qui ne sont pas parlées au Niger ;

Qu'il sollicite dès lors l'annulation de ladite décision ;

**Considérant** que par mémoire en réplique daté du 11 août 2015, Maître ZADA Aïssatou, Conseil de la Société UNIFOOD rétorque que sieur Abdoul Aziz MOUMOUNI importait plusieurs cartons de bonbons contrefaits qui ont fait l'objet de saisie contrefaçon ;

Qu'en dépit de cette procédure, il a procédé frauduleusement à l'enregistrement de la marque dénommé « SUPER GINGER » dont les signes prêtent à confusion avec les marques déposées par la société UNIFOOD ;

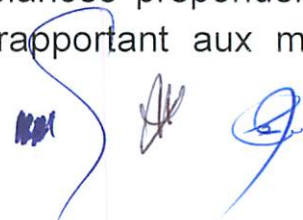
Que d'une part, c'est à tort qu'il prétend que le Directeur Général n'a pas suffisamment motivé sa décision ; qu'alors que celui-ci a précisé que UNIFOOD étant la première à demander l'enregistrement, la propriété de la marque lui revient ; qu'il a aussi clairement indiqué qu'il existe une ressemblance visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérante par rapport aux différences entre les deux signes pris dans leur ensemble pour le consommateur d'attention moyenne ;

Que d'autre part, il existe un risque de confusion entre la marque « SUPER GINGER » et « SUPER GNAMAKOU » ;

Que la marque SUPER GINGER est une reproduction et une imitation servile de la marque antérieure et que le risque de confusion est renforcé par l'existence dans cette même classe 30 des deux produits ; que de même, en raison de leur usage, ces produits disposent des mêmes canaux de commercialisation, des mêmes points de vente qui risquent de faire croire au consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux, qu'il s'agit d'une extension de la marque antérieure ; qu'elle sollicite pour sa part de confirmer la décision querellée ;

**Considérant** que le Directeur Général de l'OAPI fait observer pour sa part que sa décision est fondée sur l'appréciation des deux signes appartenant aux deux titulaires relativement aux produits couverts par ceux-ci ;

Qu'il a conclu que compte tenu des ressemblances prépondérantes des couleurs, phonétiques et intellectuelles se rapportant aux mêmes



produits de la classe 30, 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 présent recours ayant été introduit dans les formes et délais légaux, il échet de le déclarer recevable ;

**Au fond,**

**Considérant** que le recourant fait grief à la décision attaquée d'avoir été insuffisamment motivée ; que par ailleurs, il n'existe aucun risque de confusion entre les marques SUPER GINGER et SUPER GNAMAKOU ;

**Considérant** que la décision a reproduit les deux signes côte à côte ; qu'au dernier attendu, le Directeur Général de l'OAPI a pris le soin d'évoquer les aspects visuels, phonétiques et intellectuels ; qu'il a dès lors suffisamment motivé sa décision :

**Mais Considérant** que sur le plan verbal, les termes « **Super Ginger** » et « **Super Gnamakou** » sont éloignés ; que visuellement, Sieur Abdoul a revendiqué les couleurs vert, jaune et rouge tandis que la partie adverse n'a rien revendiqué;

**Considérant** qu'en l'espèce, les deux produits sont fabriqués à base de gingembre ; que la seule référence au gingembre ne peut entraîner un risque de confusion ; que par ailleurs, deux ou plusieurs produits à base de gingembre peuvent coexister pacifiquement étant donné que la similitude n'est pas avérée ;

Qu'il convient de dire et juger que le risque de confusion est éloigné pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas sous les yeux les produits au même moment ou à l'oreille à des temps rapprochés ; qu'il convient d'infirmier la décision querellée ;

**PAR CES MOTIFS**

La Commission Supérieure de Recours, statuant en premier et dernier ressorts et à la majorité des voix ;



En la forme : **Reçoit Abdoul Aziz MOUMOUNI en son recours ;**

Au fond : **Le dit fondé ;**

**Annule la décision n°00116/OAPI/DG/DAJ/SAJ du 31 décembre 2013.**

Ainsi fait et jugé à Yaoundé le 22 octobre 2015

Le Président,



**KOUAM TEKAM Jean Paul**

Les membres,



**Adama Yoro SIDIBE**



**NAMKOMOKOINA Yves**