

## COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS AUPRES DE L'OAPI

\*\*\*

*Session du 05 au 09 mars 2018*

**DECISION N° 0017/18/OAPI/CSR**

### COMPOSITION

Président :           Monsieur   MAÏ MOUSSA Elhadji Basshir  
Membres :            Monsieur   Amadou Mbaye GUISSÉ  
                          Monsieur   Hyppolite TAPSOBA  
Rapporteur :         Monsieur   Amadou Mbaye GUISSÉ

**Sur le recours en annulation de la décision n° 339/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 14 septembre 2016 portant radiation de l'enregistrement de la marque « JAGUAR + Logo » n°77904.**

### LA COMMISSION

**Vu** L'Accord de Bangui du 02 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, révisé et entré en vigueur le 28 février 2002 ;

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

**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° 0339/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ sus-indiquée ;

**Vu** Les écritures des parties ;

**Oui** Monsieur Amadou Mbaye GUISSSE en son rapport ;

**Oui** les parties en leurs observations orales ;

Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

**Considérant** que le 10 juillet 2013, la société Nouvelle Parfumerie GANDOUR a déposé à l'OAPI la marque « JAGUAR + Logo » qui a été enregistrée sous le n° 77904 pour les produits de la classe 3 puis publiée au BOPI n° 06MQ/2014 paru le 15 juin 2015 ;

**Considérant** que le 07 décembre 2015 la société Jaguar Land Rover Ltd, se disant titulaire de la marque « JAGUAR + Logo » n° 36024, déposée le 23 février 1996 dans les classes 3, 14 et 25, suite à un changement de dénomination régulièrement inscrit le 08 avril 2013, a formé opposition contre ledit enregistrement ;

**Considérant** que par décision n° 0339/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 14 septembre 2016, le Directeur Général a déclaré ladite opposition recevable et radié l'enregistrement sous le n° 72757 de la marque « JAGUAR + Logo » ;

**Considérant** que par requête enregistrée le 12 janvier 2017, la société Nouvelle Parfumerie GANDOUR a sollicité l'annulation de cette décision ;

**Considérant** qu'au soutien de son recours, elle soulève, **d'abord, l'irrecevabilité de l'opposition**, en raison,

- **d'une part, de l'absence de qualité de société Jaguar Land Rover Ltd**, en ce que, « dans l'avis d'opposition déposé en date du 4 décembre 2015 par la société Jaguar Land Rover Ltd, celle-ci se prévaut, pour justifier son opposition, de sa qualité de titulaire de la marque « JAGUAR + Logo » n° 36024 ; que cependant, il ressort de l'examen des documents relatifs au dépôt, à l'enregistrement et aux renouvellements de la marque antérieure



JAGUAR + Logo que celle-ci a été plutôt déposée, enregistrée et renouvelée par la société Jaguar Cars Limited et non pas par la société Jaguar Land Rover Ltd qui a formé opposition ( pièces n° 1 et 2 ) ; qu'il découle de l'article 27 de l'annexe III de l'Accord de Bangui que tout changement sur une marque enregistrée ne sont opposables aux tiers que s'ils ont été inscrits au registre spécial des marques de l'OAPI ; que par ailleurs la demande de renouvellement déposée par la société Jaguar Land Rover Ltd le 12 février 2016, soit après son opposition à l'enregistrement de la marque « JAGUAR + Logo » n°77904, ne saurait être prise en compte à posteriori pour justifier sa qualité de titulaire de la marque « JAGUAR + Logo » n° 36024 ;...que la société Jaguar Land Rover Ltd n'ayant pas produit une preuve d'inscription de changement de la dénomination sociale « Jaguar Cars Limited » par celle « Jaguar Land Rover Limited » à la date de l'introduction de son opposition, sa qualité déclarée de titulaire de ladite marque ne saurait valablement être opposée dans le cadre de l'opposition par elle formée » ;

- et, d'autre part, de l'absence de preuve d'usage, en ce qu'en vertu des dispositions de l'article 23 alinéas 1 et 2 de l'annexe III de l'Accord de Bangui qui sanctionnent de radiation toute marque enregistrée mais non utilisée dans l'espace OAPI pendant cinq ans sans excuses légitimes de son titulaire, la société Jaguar Land Rover Limited ne saurait valablement former opposition sans produire des preuves d'usage de la marque JAGUAR + Logo dans l'un des Etats membres de l'OAPI pour les produits couverts par son enregistrement, que faute de quoi, son opposition devra être déclarée irrecevable ;

**Et, ensuite, l'absence de similitude entre les signes susceptibles de créer une confusion,** en ce que, « contrairement à la marque antérieure qui présente un animal quelconque de profil en plein bond au-dessus duquel se trouve l'inscription JAGUAR, la dénomination JAGUAR dans la marque contestée est inscrite, d'après les revendications expresses telles que publiées dans le BOPI, sur un fond carré bleu au milieu duquel est plaqué un dessin de tête de jaguar jaune or parsemée de points noirs ; que les éléments caractéristiques de la marque contestée constituant un tout indivisible clairement distinct de la marque antérieure, il n'existe pas une similitude entre les signes en cause qui soit susceptible de créer une confusion dans l'esprit du consommateur ;

**Considérant** que la société Jaguar Land Rover Limited soutient que toutes les revendications de la requérante, sans fondement, doivent être rejetées et que la décision du Directeur Général devrait être maintenue ;

**Considérant** que le Directeur général de l'OAPI fait observer qu'il « s'assure toujours que l'opposition est fondée, conformément aux dispositions de l'article 18 alinéa 1<sup>er</sup> de l'annexe III de l'Accord de Bangui. Il s'assure notamment que l'opposant dispose d'un droit enregistré antérieur sur lequel il fonde son opposition, comme dans le cas d'espèce. Le changement de dénomination a été régulièrement inscrit au registre spécial des marques le 31 janvier 2014. Les arguments avancés par le recourant, concernant l'irrecevabilité de l'opposition, sont vérifiés par l'OAPI lors de l'examen des dossiers et ne peuvent nullement constituer des arguments pour justifier un recours», avant d'ajouter, en guise de comparaison, que « les éléments verbaux (JAGUAR) des deux marques en conflits sont identiques tant sur le plan visuel que phonétique, créant incontestablement un risque de confusion. Les autres éléments qui différencient les deux marques, à savoir, les couleurs, le cadre et la tête du Jaguar, ne sont pas suffisants pour supprimer ce risque » ; qu'il réitère les motifs de sa décision objet du présent recours tout en renvoyant à la Commission Supérieure de Recours, la charge d'apprécier une telle question de fait ;

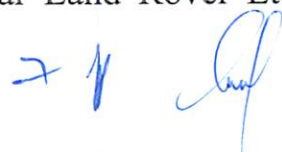
**En la forme :**

**Considérant** que le recours formé par la société Nouvelle Parfumerie GANDOUR est recevable pour avoir été introduit dans les forme et délai légaux;

**Au fond :**

**Sur le premier moyen tiré de l'irrecevabilité de l'opposition ;**

**Mais considérant** que, d'une part, contrairement aux allégations de la requérante, il résulte de l'examen des pièces de la procédure que, bien que la marque « JAGUAR + Logo » n° 36024 a été enregistrée le 23 février 1996, puis renouvelée le 20 février 2006 par la société Jaguar Cars Limited, comme en attestent l'extrait du Bulletin officiel de l'OAPI n° 1/1997, page 39 et la demande de renouvellement d'un enregistrement de marque n° M302 versés au dossier par la recourante, par la décision n° 14/0130/OAPI/DG/DGA/DPISSD du 31 janvier 2014 portant inscription au registre spécial des marques, produite par l'intimée, le Directeur général de l'OAPI a acté le changement de dénomination sociale entre Jaguar Cars Limited et Jaguar Land Rover Ltd à





compter du 08 avril 2013 et, d'autre part, la preuve de l'usage de la marque dont il se dit titulaire par l'opposant ne constitue pas une des conditions de recevabilité d'une opposition à l'enregistrement d'une marque, lesquelles sont déterminées par les dispositions de l'article 18 de l'Annexe III de l'accord et non celles de l'article 23 dudit annexe qui vise la compétence du tribunal ;

**Que** dès lors, jouissant légalement des droits de titulaire de la marque « JAGUAR + Logo » n° 36024 et ayant formé opposition contre la marque « JAGUAR + Logo » n°77904 le 07 décembre 2015, soit postérieurement au changement de dénomination sociale et conformément aux dispositions de l'article 18 sus indiqués, la société Jaguar Land Rover Ltd, qui n'avait pas à justifier de la preuve de l'usage de sa marque dont elle cherche protection contre l'enregistrement de celle radiée par la décision attaquée, dispose d'une qualité et d'un intérêt légitimes à intenter ledit recours ;

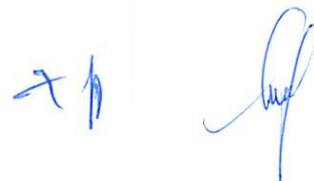
**D'où** il suit que le moyen n'est pas fondé ;

**Sur le second moyen tiré de l'absence de similitude entre les signes susceptibles de créer une confusion ;**

**Mais considérant** que le Directeur général de l'OAPI, procédant à une appréciation globale des éléments des marques « JAGUAR + Logo » n° 36024 de l'opposant et « JAGUAR + Logo » n°77904 du recourant, a énoncé que *« que compte tenu des ressemblances phonétique et intellectuelle (image d'un jaguar bondissant et d'une tête de jaguar associée au terme « JAGUAR ») prépondérantes par rapport aux différences, entre les marques des deux titulaires, prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la classe 3, 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 »* ;

**Que** de ces constatations et énonciations, le Directeur général de l'OAPI qui a suffisamment caractérisé le risque de confusion entre les deux marques en conflits, dont les éléments verbaux (JAGUAR) sont identiques à tout point de vue et dont les autres éléments de différenciation, à savoir, les couleurs, le cadre et la tête du Jaguar, ne sont pas suffisants pour supprimer ce risque, a déduit, à juste titre, que l'enregistrement sous le n°77904 de la marque « JAGUAR + Logo » au nom de la société Nouvelle Parfumerie GANDOUR est radié ;

**D'où** il suit que le moyen n'est pas fondé ;



**Considérant** que, par conséquent, le recours de la société Nouvelle Parfumerie GANDOUR doit être rejeté et la décision du Directeur général de l'OAPI n°339/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 14 septembre 2016 portant radiation de l'enregistrement de la marque « JAGUAR + Logo » n°77904 confirmée ;

**PAR CES MOTIFS :**

La Commission Supérieure de Recours, statuant en premier et dernier ressorts ;

**En la forme :** Reçoit la société Nouvelle Parfumerie GANDOUR en son recours ;

**Au fond :** Le rejette comme mal fondé ;

**Confirme la décision du Directeur général de l'OAPI n°339/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 14 septembre 2016 portant radiation de l'enregistrement de la marque « JAGUAR + Logo » n°77904 dans la classes 3.**

Ainsi fait et jugé à Yaoundé, le 09 mars 2018

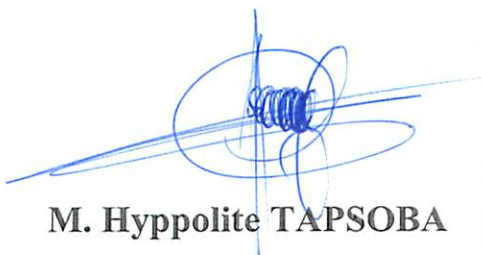
Le Président,

**MAÏ MOUSSA Elhadji Basshir**

**Les Membres :**



**M. Amadou Mbaye GUISSÉ**



**M. Hyppolite TAPSOBA**