

DECISION N° 514/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « MAMA ROYALE + Logo » n° 84055

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

- Vu** l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 2 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle ;
- Vu** l'Annexe III dudit Accord et notamment son article 18 ;
- Vu** le certificat d'enregistrement n° 84055 de la marque « MAMA ROYALE + Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 21 décembre 2016 par la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire, (CAPRA-CI), représentée par Maître Henri Michel KOKRA ;

Attendu que la marque « MAMA ROYALE + Logo » a été déposée le 21 novembre 2013 par la société OLAM CAM S.A et enregistrée sous le n° 84055 pour les produits relevant de la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 08MQ/2015 paru le 03 août 2016 ;

Attendu que la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire (CAPRA-CI) fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est propriétaire de la marque « MAMAN + Logo » n° 41463 déposée le 16 août 1999 pour désigner les produits alimentaires des classes 29, 30 et 32 ; que cet enregistrement est encore en vigueur suite au renouvellement intervenu en 2009 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques, la propriété de celles-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1^{er} de l'Annexe III dudit Accord ; qu'elle a le droit exclusif d'utiliser ses marques en rapport avec les produits couverts par les enregistrements, et qu'elle est aussi en droit d'empêcher l'utilisation par un tiers de toute marque ressemblant à ses marques dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion, comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « MAMA ROYALE + Logo » n° 84055 au motif que cette marque présente des similitudes visuelle, phonétique et intellectuelle avec sa marque antérieure, qu'elle est susceptible de créer un risque de confusion avec cette dernière, lorsqu'elle est utilisée pour des produits identiques ou similaires de la même classe 30 parmi lesquels le riz ;

Que du point de vue visuel, les deux marques en conflit ont une présentation similaire ; qu'elle font apparaître toutes les deux dans leurs logos et en premier plan l'image d'une femme dans un encadrement, laquelle femme figurait antérieurement à l'enregistrement de la marque querellée, sur le logo de sa marque antérieure « MAMAN + Logo » n° 41463 ; que leurs logos arborent également les mêmes couleurs rouge, verte, jaune, blanche et bleue ainsi, que des cercles figurant le soleil dont émanent des rayons ;

Que leurs éléments verbaux sont disposés de la même manière ; que dans les deux marques, ils se situent au-dessus de l'image de la femme ; que du point de vue intellectuel, les deux marques sont conçues sur le thème de la mère nourricière ; que l'utilisation de ce référentiel associé au soleil est d'autant plus source de confusion que dans la plupart des langues locales de l'espace OAPI, le terme « MAMA » est synonyme et interchangeable avec celui de « MAMAN » étant tous deux employés pour désigner la mère ; que du point de vue phonétique, les syllabes initiales des marques en conflit sont identiques « MA » et « MA » et produisent la même sonorité ; que la différence de sons des syllabes de fin « MA » et « MAN » ne suffit pas à atténuer les similitudes phonétiques des marques en conflit ;

Que l'adjonction du vocable « ROYALE » dans la marque du déposant ne constitue pas un élément de différenciation car son impact est amoindri du fait de sa position finale étant donné que l'attention du consommateur moyen est captée par les éléments d'attaque en l'occurrence « MAMA » et « MAMAN » ; que les marques en conflit présentent des similitudes suffisantes pour établir l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public, lorsqu'elles sont utilisées en rapport des produits identiques ou similaires de la même classe 30 ; que l'identité et la similarité des produits couverts par les deux marques renforcent l'impression d'ensemble qui se dégage de la similarité des signes au point de rendre impossible la coexistence des marques sur le territoire des Etats membres de l'OAPI ;

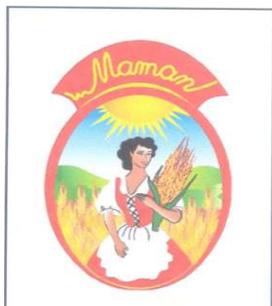
Attendu que la société OLAM CA S.A fait valoir dans son mémoire en réponse qu'il n'existe pas de ressemblance ou de similarité entre les marques des deux titulaires en conflit de telle sorte qu'il n'existe pas de risque de confusion entre elles ; que sa marque est constituée d'un élément distinctif « MAMA ROYALE » et d'un logo d'une particulière originalité ; que du point de vue phonétique, « MAMA ROYALE » n'a rien de similaire avec « MAMAN » ; que le terme « ROYALE » adjoint à « MAMA » ne saurait passer sous silence et qu'en tout état de cause, il n'existe aucune similitude phonétique ou visuelle entre les deux marques ;

Que du point de vue visuel, les deux logos différencient par la forme dans laquelle ils ont été enregistrés ; que si pour la marque « MAMAN » la forme est ovale, pour sa marque « MAMA ROYALE », le logo est un tout formé d'un cadre carré avec en intérieur une forme ovale ; que même les couleurs revendiquées font ressortir un agencement de couleur dans sa marque qui n'est en rien similaire à celui de la marque de l'opposant ; que la femme dans les logos apparaissent sous des postures qui ne peuvent en rien prêter le flanc à une quelconque similitude ; que la femme qui ressort dans le logo du déposant est une authentique africaine avec une couronne sur la tête et coiffée de nattes savamment tissées et parées de cauris ; qu'elle porte des boucles d'oreilles bien visibles et autour du cou un collier original de couleur verte prédominante et apparaissant sur un fond blanc ;

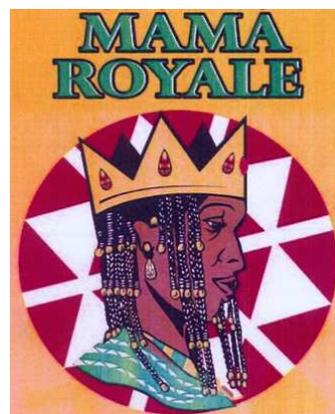
Que par contre, la femme qui ressort dans le logo de l'opposant est une européenne prise en vue de face, tenant des épis de blé du bras gauche, pendant que le bras droit longe son corps ; que cette paysanne est vêtue et coiffée à l'européenne et n'arbore aucune couronne, encore moins des originalités africaines comme les cauris et le collier de perles et apparaissant dans un champ de blé avec un fond du soleil et des montagnes ;

Que le risque de confusion s'apprécie au regard de l'identité et ou de la similarité des signes en présence ; que les deux marques en conflit sont des marques complexes qui comportent à la fois des éléments verbaux et des éléments figuratifs différents ; qu'elles ne sauraient donc être confondues par les consommateurs ; que même si elles couvrent des produits de la même classe 30, elles produisent une impression d'ensemble totalement différente au plan visuel et intellectuel et leur coexistence peut être admise sur le territoire des Etats membres de l'OAPI ;

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



Marque n° 41463
Marque de l'opposant



Marque n°84055
Marque du déposant

Attendu que la marque de l'opposant est constituée de l'élément verbal d'attaque « MAMAN » de couleur jaune placé au-dessus d'un cercle ovale de couleur rouge à l'intérieur duquel se trouve une femme portant un épi de blé dans un champ avec un fond du soleil et des montagnes et des couleurs jaune, vert, rouge et blanc ;

Que la marque du déposant est constituée de l'élément verbal « MAMA ROYALE » ; que le logo est un tout formé d'un cadre carré avec en intérieur un cercle à l'intérieur duquel se trouve une tête de femme arborant une couronne sur la tête et coiffée de nattes tissées et paré de cauris, le tout dans les couleurs blanche, noire et bordeaux ; qu'elle porte des boucles d'oreilles bien visibles et autour du cou un collier original de couleur verte prédominante et apparaissant sur un fond blanc ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle et phonétique (reprise de l'élément verbal d'attaque de la marque de l'opposant dans la marque du déposant) et conceptuelle (les marques sont conçues autour d'un même thème de la mère nourricière, « MAMAN » et « MAMA » étant des termes identiques qui font références à la mère), prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la même 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,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 84055 de la marque « MAMA ROYALE + Logo » formulée par la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire (CAPRA-CI) est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 84055 de la marque « MAMA ROYALE + Logo » est radié.

Article 3 : La présente radiation sera publiée au Bulletin Officiel de la Propriété Intellectuelle.

Article 3 : La société OLAM CAM S.A, titulaire de la marque « MAMA ROYALE + Logo » n° 84055 dispose d'un délai de trois (3) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 16 juillet 2018

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**