

DECISION N° 1180/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « M MAMA SARL + Logo » n° 111349

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° 111349 de la marque « M MAMA SARL + Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 13 août 2020 par la société GB FOODS AFRICA HOLDING COMPANY SL, représentée par le cabinet EKANI CONSEILS ;

Attendu que la marque « M MAMA SARL + Logo » a été déposée le 12 novembre 2018 par la société MAMA SARL et enregistrée sous le n° 111349 pour les produits des classes 3, 29 et 30 ensuite publiée au BOPI n° 01MQ/2020 paru le 14 février 2020 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société GB FOODS AFRICA HOLDING COMPANY SL fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « BAMA Logo » n° 51202 déposée le 12 janvier 2005 et renouvelée le 09 janvier 2015 pour les produits des classes 29 et 30 ; que sa marque est actuellement en vigueur conformément aux dispositions de l'Accord de Bangui ;

Que les marques en conflit ont des éléments verbaux susceptibles de créer la confusion ; que la marque du déposant et la sienne ont la même longueur et une prononciation très proche ; qu'il existe un risque de confusion du point de vue visuel et conceptuel entre les deux marques ;

Que cette confusion est accentuée par le fait que les marques en conflit couvrent des produits presque identiques des classes 29 et 30 ;

Que pour ces motifs, il y a lieu de procéder à la radiation partielle en classes 29 et 30 de l'enregistrement de la marque « M MAMA SARL + Logo » n° 111349 ;

Attendu que la société MAMA SARL, représentée par le cabinet BALEMAKEN & Associés, fait valoir en réponse que l'opposition mérite d'être rejetée dans la mesure où sa marque ne reproduit sous aucune forme les éléments distinctifs et dominants de la marque de l'opposant ;

Que visuellement les marques sont dissemblant ; phonétiquement, sa marque se prononce M-MA-MA-SARL contrairement à celle de l'opposant qui se prononce BA-MA ; que la marque de l'opposant est conçu sous forme concentrique avec en fond le terme BAMA renvoyant à la force, la constance et la solidité ; qu'a contrario, sa marque n'est pas une vignette mais plutôt le logo d'une entreprise ; que ce logo s'inscrit dans la continuité de son nom commercial d'où l'inscription de MAMA SARL ; Que sa marque renvoi à la paix (représentée par les deux branches) et la protection d'une mère ;

Qu'en plus les produits de la classe 3 sont distincts de ceux des classes 29 et 30 de l'opposant ; que les signes étant dissemblant les marques peuvent coexister sans risque de confusion pour les produits des classes 29 et 30 ;

Attendu que l'opposition porte sur les produits des classes suivantes :

Classe 29 : « *Huiles, lait et produits laitiers* » ;

Classe 30 : « *Riz, farines, et préparations faites des céréales (pâtes alimentaires), confiseries, sucre, vinaigre, sel, moutarde* » ;

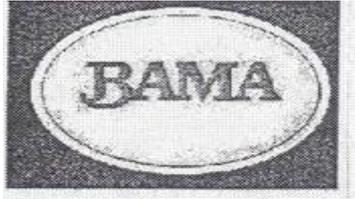
Attendu que la marque de l'opposant couvre les produits des classes suivantes ;

Classe 29: « *Meat, fish, poultry and game; meat extracts; preserved, dried and cooked fruits and vegetables; tomato paste and tomato related products, jellies, jams, compotes; eggs, milk and milk products; edible oils and fats* »;

Classe 30: « *Coffee, tea, cocoa, sugar, rice, tapioca, sago, artificial coffee; flour and preparations made from cereals, bread, pastry and confectionery, ices; honey; treacle; yeast, baking-powder; salt, mustard; vinegar, sauces (condiments); spices; ice* »;

Attendu que les produits couverts par la marque du déposant apparaissent identiques pour certains et similaires pour d'autres à ceux couverts par ceux de l'opposant ; qu'il s'agit tous des produits alimentaires, les uns pouvant rentrer dans les compositions des autres ou pouvant partager les mêmes circuits de distribution ;

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



Marque de l'opposant
Marque n° 51202



Marque du déposant
Marque n° 111349

Attendu que du point de vue visuel, la marque de l'opposant est constituée d'une figure circulaire de couleur blanche avec l'élément verbal « BAMA » ; que par contre, la marque de l'opposant est constituée de la lettre M en blanc et en gros caractère à l'intérieur de laquelle se trouve les éléments verbaux MAMA SARL écrits en vert et de part et d'autre des feuilles de couleur verte ;

Que du point de vue phonétique, les marques ont des rythmes de prononciation assez éloignés ; que BAMA ne se prononce pas M/MAMA SARL ;

Attendu que compte tenu des différences visuelles et phonétiques prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires en conflit prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires des mêmes classes 29 et 30, il n'existe pas un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement de la marque « M MAMA SARL + Logo » n° 111349 formulée la société GB FOODS AFRICA HOLDING COMPANY SL, est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 111349 de la marque « M MAMA SARL » est rejetée.

Article 3 : la société GB FOODS AFRICA HOLDING COMPANY SL, 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 11 juin 2021

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**