

LA COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS AUPRES DE L'OAPI

Session du 11 au 15 avril 2016

DECISION N°  00206 /OAPI/CSR

Composition

Président : KOUAM TEKAM Jean Paul

Membres : Adama Yoro SIDIBE

NAMKOMOKOINA Yves

Rapporteur : KOUAM TEKAM Jean Paul

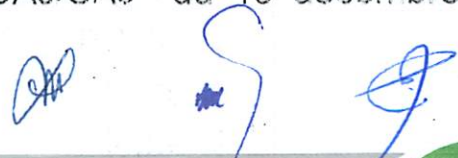
Sur le recours en annulation de la décision n° 030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 19 décembre 2014 portant radiation de l'enregistrement de la marque « ROYAL POULET + logo » n° 70480

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 ;

Vu le Règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission Supérieure de Recours, adopté à Nouakchott le 04 décembre 1998 et aménagé à N'djaména le 04 novembre 2001 ;

Vu la décision n° 030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 19 décembre 2014 susvisée ;



110

THE UNIVERSITY OF

ALABAMA

LIBRARY

2000 110

110

110

110

110

110

110

110

110

110

110

110

110

110



Vu les écritures des parties et les observations du Directeur Général de l'OAPI ;

Vu les débats à l'audience ;

Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Considérant que le 08 juin 2011, la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C), a déposé à l'OAPI la marque « ROYAL POULET + Logo», laquelle a été enregistrée sous le n° 70480 dans les classes 29, 30 et 31, puis publiée au BOPI n° 4/2012 paru le 30 août 2013 ;

Considérant que la Société des Produits NESTLE a fait opposition à cet enregistrement le 1^{er} avril, arguant du fait qu'elle est propriétaire des marques :

- «Dessin Tête de Coq» n° 58308 déposée le 6 février 2008 dans les classes 29 et 30 ;

- «M étoile et Dessin de Poulet» n° 58225 déposée le 6 février 2008 dans les classes 29 et 30 ;

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 de l'Accord de Bangui ;

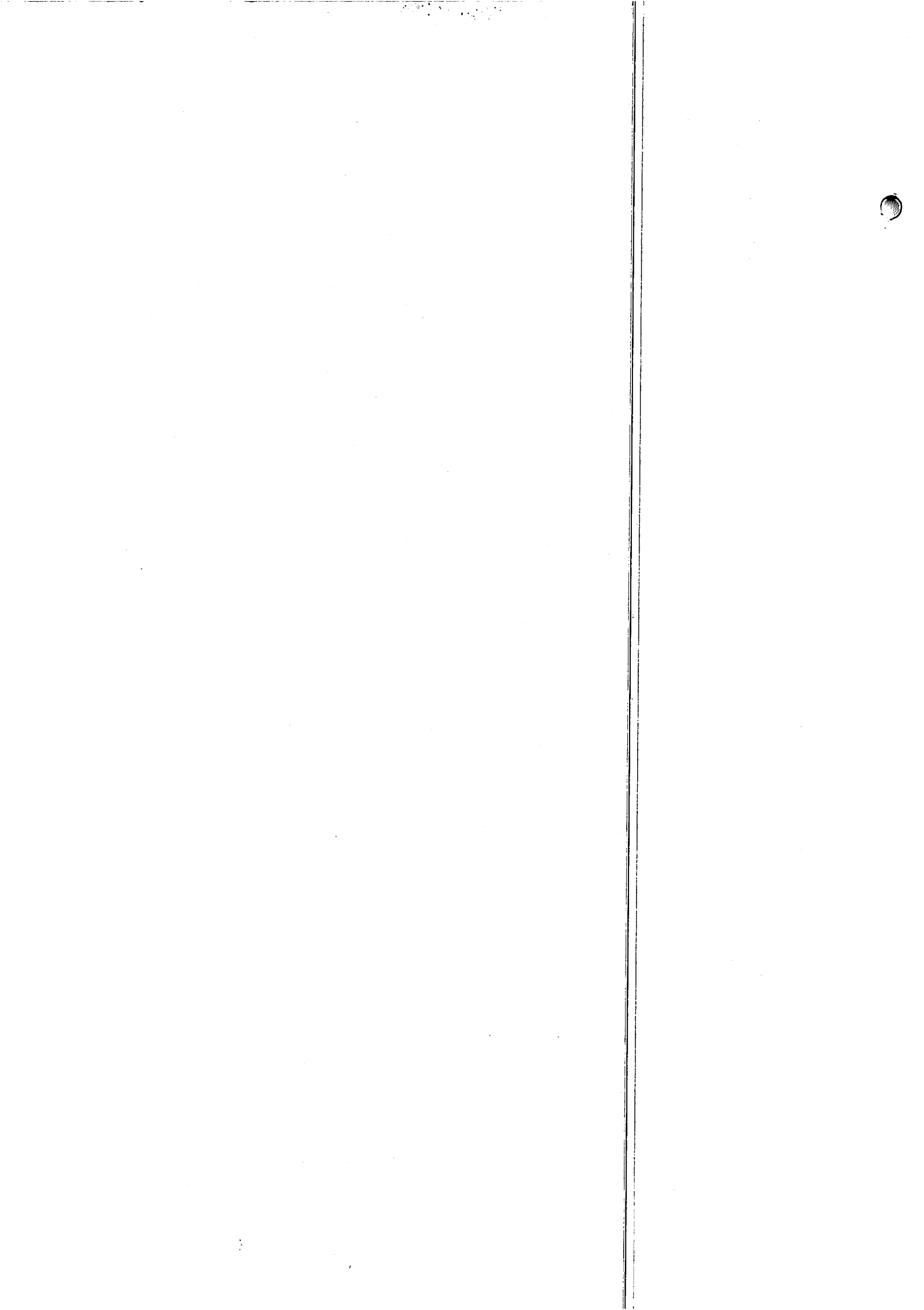
Qu'elle a le droit exclusif d'utiliser ses marques en rapport avec les produits couverts par les enregistrements ;

Qu'elle a aussi le droit exclusif 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 « ROYAL POULET + Logo» n° 70480, au motif que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, cette marque ressemble à ses marques antérieures, qu'elle est susceptible de créer un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne de l'espace OAPI ;

Que du point de vue phonétique, les signes antérieurs étant des marques exclusivement figuratives, le risque de confusion phonétique

 2



consistera en la référence au dessin du poulet et sa position sur le cube qui détermineront le consommateur à retrouver le produit recherché ;

Que du point de vue visuel, la confusion consiste en la reprise du poulet dans toutes ses caractéristiques essentielles ; que le dessin du poulet sur la marque du déposant reproduit de façon quasi-identique le dessin de poulet de sa marque «Dessin Tête de Coq» n° 58308 ;

Que la modification légère du bec, de la crête ne change en rien l'impression d'ensemble produite sur le consommateur d'attention moyenne et ne diminue en rien ce risque de confusion ;

Que du point de vue conceptuel, il est constant que l'on retient le risque de confusion lorsque l'impression d'ensemble produite par la marque seconde fait penser à la première ;

Que les marques en conflit présentent plus de ressemblances que de différences, et la confusion est donc susceptible de se produire;

Que le risque de confusion est renforcé par le fait que les marques sont enregistrées pour désigner les produits identiques des classes 29 et 30 communes aux marques ;

Qu'en cas d'identité, de quasi-identité ou de similitude des signes avec une identité des produits, le risque de confusion est retenu et l'enregistrement de la marque seconde est radié ;

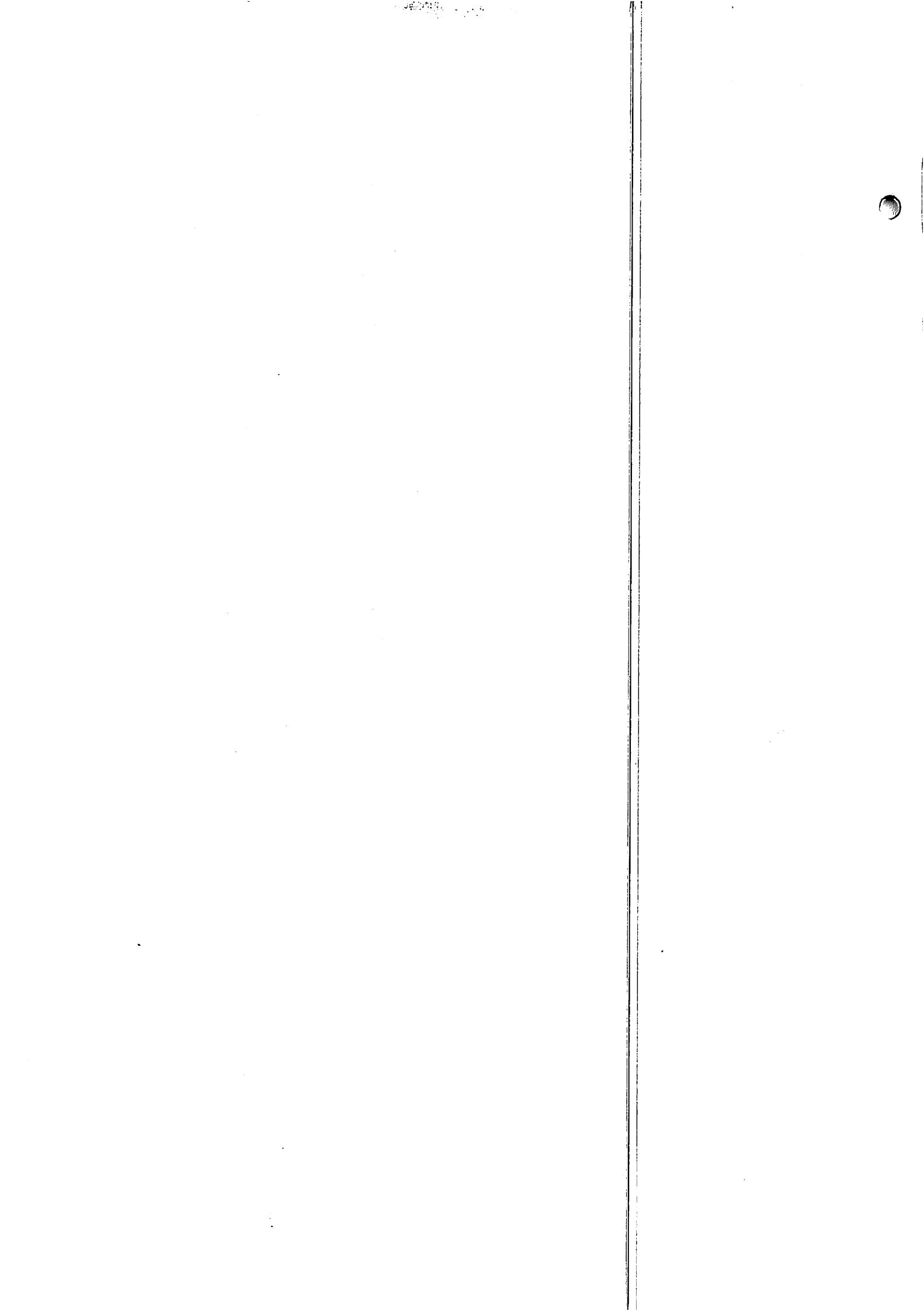
Considérant que la société GLOBAL TRADE INFORMATION CONSULTING (G.T.LC) fait valoir dans son mémoire en réplique qu'avant de faire la demande d'enregistrement de sa marque «ROYAL POULET + Logo» elle a tout d'abord, sollicité une recherche d'antériorité de ladite marque ;

Qu'elle a reçu un courrier en date du 26 avril 2011 l'informant qu'aucune marque « ROYAL POULET» n'avait encore été déposée à l'OAPI pour enregistrement ;

Que c'est suite à cette réponse qu'elle a déposé sa marque le 08 juin 2011 ;

Que l'opposition de la Société des Produits Nestlé S.A ne peut pas prospérer ;





Qu'il n'y a aucune ressemblance entre les logos des Cubes Maggi poulet et ROYAL POULET ;

Que le cube ROYAL POULET se termine par un coq dont le bec est fermé, la crête se terminant par trois courbes et l'insigne bien apparent d'une couronne à 05 branches avec la lettre « R », alors que le cube Maggi poulet est terminé par un coq à bec ouvert, une crête se terminant par une pointe et l'insigne d'une étoile à 04 branches avec la lettre « M » ;

Que toute personne, lettrée ou non, pourra très facilement les distinguer ;

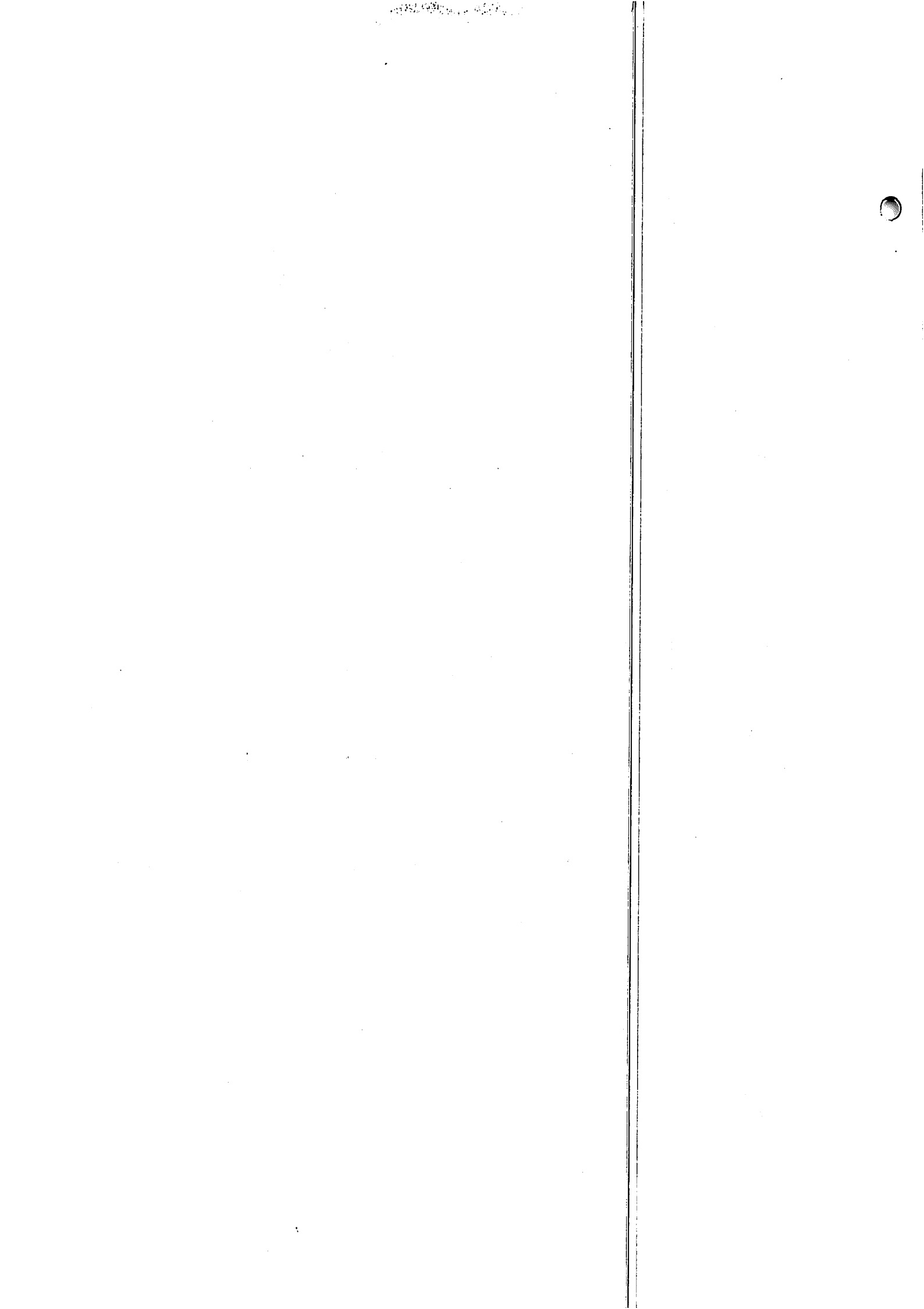
Considérant que par décision n°0030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 19 décembre 2014, le Directeur Général de l'OAPI a radié la marque «ROYAL POULET + Logo» n° 70480 ;

Qu'il estime pour ce faire d'une part que l'information communiquée par l'OAPI à la suite d'une demande de recherche d'antériorité est un renseignement qui ne porte pas atteinte aux droits enregistrés antérieurs des tiers et le signe ayant fait l'objet de la recherche d'antériorité « Royal Poulet », signe verbal, n'est pas le signe tel que déposé; et d'autre part, que du point de vue visuel et intellectuel il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits des mêmes classes 29 et 30, et aux produits similaires des classes 29 et 30 de la marque de l'opposant et 31 de la marque du déposant, pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les marques sous les yeux en même temps ;

Considérant que par requête en date du 1^{er} avril 2015, le Cabinet ISIS-Conseils, agissant au nom et pour le compte de la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C), a formé un recours en annulation contre cette décision ;

Qu'il explique au soutien de son recours qu'un déposant ne peut s'approprier la représentation ou la reproduction du «dessin du poulet » ; que sa marque est une marque semi-figurative c'est-à-dire constitué de termes verbaux et d'un logo alors que la marque de l'intimé est uniquement figurative ; que la configuration et la constitution des deux marques sont bien distinctes l'une de l'autre et ne peuvent en aucun cas conduire le consommateur moyen dans l'espace OAPI à la confusion ;





En la forme,

Considérant que le recours de la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C) est recevable pour avoir été introduit dans les forme et délai de la loi ;

Au fond

Considérant que la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING fonde son recours d'une part sur l'inexistence d'identité entre les deux marques et d'autre part sur le défaut de motivation de la décision querellée ;

Considérant qu'elle fait alors valoir qu'un déposant ne peut s'approprier la représentation ou la reproduction du «dessin du poulet» ;

Qu'en l'espèce, la marque de l'appelant est une marque semi-figurative, c'est-à-dire constituée de termes verbaux et d'un logo alors que la marque de l'intimé est uniquement figurative ;

Que la configuration et la constitution des deux marques sont bien distinctes l'une de l'autre et ne peuvent en aucun cas conduire le consommateur moyen dans l'espace OAPI à la confusion ;

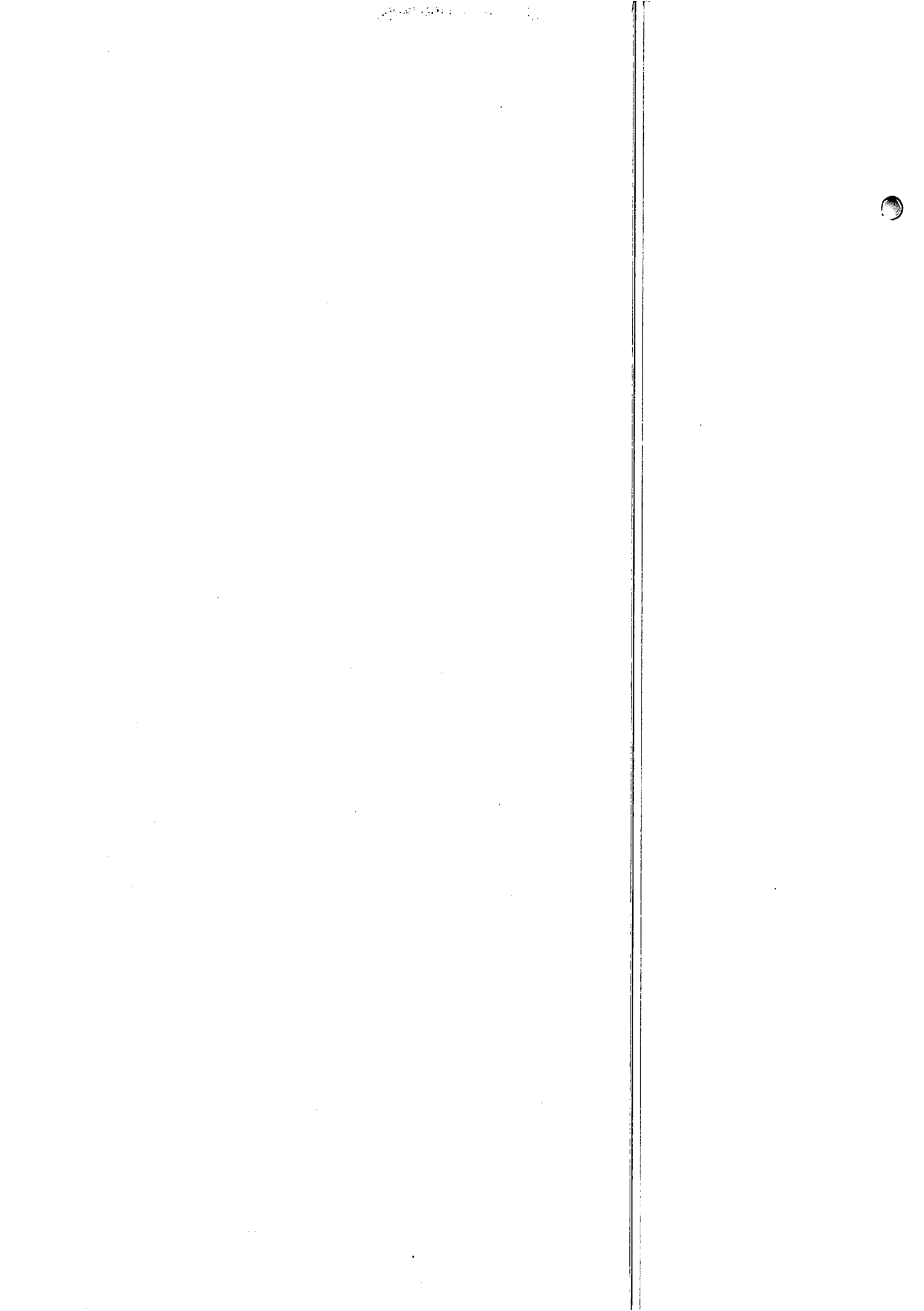
Qu'avant de déposer sa marque, elle a fait procéder, auprès de l'OAPI, à une recherche d'antériorité sur la marque « ROYAL POULET + Logo », qui a révélé l'inexistence de celle-ci ;

Considérant qu'une telle analyse ne saurait prospérer, le Directeur Général de l'OAPI ayant à suffisance motivé sa décision, lorsqu'il précise:

«Attendu que l'information communiquée par l'OAPI à la suite d'une demande de recherche d'antériorité est un renseignement qui ne porte pas atteinte aux droits enregistrés antérieurs des tiers; qu'en outre, le signe ayant fait l'objet de la recherche d'antériorité «Royal Poulet» signe Verbal n'est pas le signe tel que déposé ;

Considérant que du point de vue visuel et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits des mêmes classes 29 et 30, et aux produits similaires des classes 29 et 30 de la marque de l'opposant et 31





de la marque du déposant, pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les marques sous les yeux en même temps » ;

Considérant qu'il s'en suit que le recours de la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C) manque de base légale et mérite en conséquence le rejet, avec pour corollaire, la confirmation de 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 :

Déclare la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C) recevable en son recours ;

Au fond :

L'y dit mal fondée, l'en déboute ;

Confirme en conséquence la décision n°030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 19 décembre 2014 du Directeur Général de l'OAPI.

Ainsi fait et jugé à Yaoundé, le 15 Avril 2016

Le Président,



KOUAM TEKAM JEAN PAUL

Les membres,

Adama Yoro SIDIBE



NAMKOMOKOINA Yves

