

COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS AUPRES DE L'OAPI

=====

Session du 05 au 09 mars 2018

DECISION N° 0012/18 /OAPI/CSR

COMPOSITION

Président : Monsieur MAÏ MOUSSA Elhadji Basshir

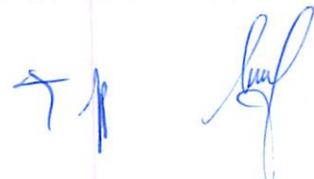
Membres : Monsieur Amadou Mbaye GUISSÉ
 Monsieur Hyppolite TAPSOBA

Rapporteur : Monsieur Amadou Mbaye GUISSÉ

Sur le recours en annulation de la décision n° 302/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 28 aout 2016 portant radiation de l'enregistrement de la marque « MAMA AFRICA + Logo » n°77599.

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'djamena le 04 novembre 2001 ;

Two handwritten signatures in blue ink are visible at the bottom right of the page. The first signature is a stylized 'T' followed by a vertical line, and the second is a more complex, cursive signature.

Vu La décision n° 0302/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ sus-indiquée ;

Vu Les écritures des parties ;

Oui Monsieur Amadou Mbaye GUISSÉ en son rapport ;

Oui les parties en leurs observations orales ;

Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Considérant que le 03 décembre 2013, la société OLAM CAM SA a déposé à l'OAPI la marque « MAMA AFRICA + Logo » qui a été enregistrée sous le n° 77599 pour les produits de la classe 30 puis publiée au BOPI n° 05MQ/2014 paru le 13 mai 2015 ;

Considérant que le 12 août 2015, la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire, dite CAPRACI, se disant titulaire de la marque « MAMAN + Logo » n° 41463, déposée le 16 août 1999 dans les classes 29, 30 et 32, a formé opposition contre ledit enregistrement ;

Considérant que par décision n° 302/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 28 août 2016, le Directeur Général a déclaré ladite opposition recevable et radié l'enregistrement de la marque « MAMA AFRICA + Logo » n°77599 ;

Considérant que par requête enregistrée le 27 décembre 2016, la société OLAMCAM SA a sollicité l'annulation de cette décision ;

Considérant qu'au soutien de son recours, la société OLAMCAM SA soulève trois griefs tirés respectivement :

- **D'un défaut de motivation**, en ce que le Directeur général de l'OAPI s'est borné à soutenir « *que compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires, prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la classe 30 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...* » sans démontrer point par point ni dire en quoi consistent les ressemblances dont l'inexistence confirme la possibilité pour tout consommateur d'attention moyenne de faire la

différence entre les deux marques ;

- **D'un défaut de similitude entre « MAMA AFRICA » et « MAMAN », d'une part, et les logos des deux marques, d'autre part,** en ce que le terme « AFRICA » adjoint à « MAMA » et auquel est attaché tout un symbole ne saurait être passé sous silence car dénuant toute similitude phonétique ou visuelle entre les deux appellations des marques dont les logos se distinguent aussi bien par les figures, (la forme ovale de « MAMA AFRICA » étant logée dans un carré qui n'existe pas chez « MAMAN »), qu'à travers les couleurs (le noir est utilisé uniquement dans la marque de la recourant) et la posture des femmes représentées ;

- **D'un défaut de risque de confusion entre les marques « MAMA AFRICA + Logo » et « MAMAN + Logo »,** en ce que les signes distinctifs relevés tels que la dénomination et la femme africaine figurant dans la marque de la recourante sont des éléments qui ne peuvent être ignorés d'un consommateur d'attention moyenne des produits alimentaires de la classe 30 ;

Considérant que dans son mémoire en réponse, la CAPRACI sollicite le rejet du recours dont les moyens sont mal fondés et la confirmation de la décision attaquée ;

Considérant que le Directeur général de l'OAPI fait observer que « les deux marques présentent des similitudes tant sur le plan visuel (toutes les deux présentent l'image d'une femme à l'intérieur d'un cercle, et revendiquent les mêmes couleurs : vert, jaune et rouge) que conceptuel (elles sont conçues sur le même thème de la mère nourricière, « MAMAN » et « MAMA » qui sont des termes identiques et font référence à la mère), le risque de confusion est donc réel, les deux marques étant enregistrées dans la même classe 30 et pour couvrir les mêmes produits », avant de renvoyer 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 CAPRACI est recevable pour avoir été introduit dans les forme et délai légaux ;



Au fond :

Mais considérant que, contrairement aux allégations de la recourante, le Directeur général de l'OAPI, procédant à une appréciation globale des éléments des deux marques en conflits, a d'abord constaté qu'elles « *font apparaître dans leurs logos, une femme incrustée dans un encadrement de forme ovale et revendiquent les mêmes couleurs verte, jaune, rouge et blanc (he), ... sont conçues sur le même thème de la mère nourricière, « MAMAN » et « MAMA » étant des termes identiques qui font référence à la mère* », puis énoncé « *que compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires, prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la classe 30 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 les similitudes et le risque de confusion entre les deux marques en conflits pour en déduire la radiation de la marque « MAMA AFRICA + Logo » n°77599, a légalement justifié sa décision ;

D'où il suit que les moyens ne sont pas fondés ;

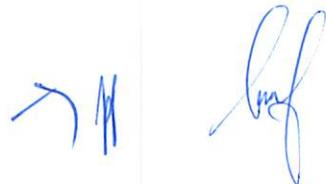
Considérant que, par conséquent, le recours de la société OLAMCAM SA doit être rejeté et la décision du Directeur général de l'OAPI n° 302/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 28 août 2016 portant radiation de l'enregistrement de la marque « MAMA AFRICA + Logo » sous le n°77599 confirmée ;

PAR CES MOTIFS :

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

En la forme : **Reçoit la société OLAMCAM SA en son recours ;**

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



Confirme la décision du Directeur général de l'OAPI n° 302/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 28 aout 2016 portant radiation de l'enregistrement de la marque « MAMA AFRICA + Logo » sous le n°77599 de la classe 30.

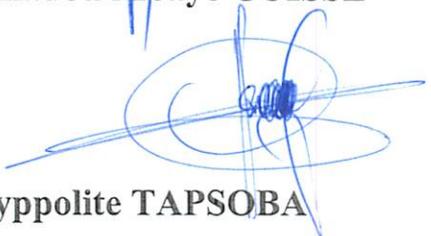
Ainsi fait et jugé à Yaoundé, le 09 mars 2018

Le Président,

MAÏ MOUSSA Elhadji Basshir

Les Membres :


M. Amadou Mbaye GUISSÉ


M. Hyppolite TAPSOBA