

DECISION N° 0097/ OAPI/DG/SCAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « FRESH » n°50069

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

- Vu** l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 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°50069 de la marque « Fresh » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 13 avril 2005 par la SOCIETE UNIPARCO ;
- Vu** la lettre n° 1721/OAPI/DG/SCAJ/sha du 26 avril 2005 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « Fresh » n° 50069;

Attendu que la marque « Fresh » a été déposée le 25 juin 2004 par la SOCIETE PREPARADOS ALIMENTICIOS et enregistrée sous le n° 50069 pour les produits de la classe 32, puis publiée dans le BOPI n° 4/2004 du 23 décembre 2004;

Attendu que la société Uniparco est titulaire de la marque « Freshy » n° 46505, classe 32, déposée le 13 août 2002, publiée au BOPI n° 1/2003 du 31 mars 2003;

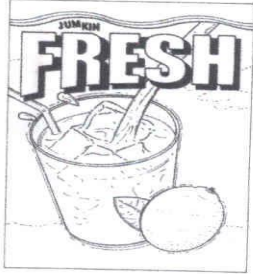
Attendu qu'au motif de son opposition, la SOCIETE UNIPARCO soutient que la marque « Freshy » est une reproduction de l'élément essentiel et principal de sa marque « Fresh », de sorte qu'il existe un risque de confusion entre les deux marques ; qu'en plus les produits couverts par les deux marques sont identiques, et la coexistence des deux marques en classe 32 va nécessairement créer une confusion;

Attendu qu'en réplique, la SOCIETE PREPARADOS ALIMETICIOS fait valoir l'argumentaire selon lequel les marques en présence sont toutes des marques complexes et ont des éléments verbaux et figuratifs différents ; que la marque querellée a pour élément verbal « Jumkin Fresh » ; que si on peut concéder un rapprochement entre les marques en présence, il existe un éloignement entre « Jumkin Fresh » et « Fresh » sur le plan de la structure et sur le plan phonétique ; que sur le plan de la structure, « Jumkin Fresh » comporte onze lettres et s'écrit en deux mots, alors que « Freshy » n'en comporte que six ; que sur le plan phonétique, le terme « Freshy » impose une prononciation de « Y » qui induit une deuxième syllabe contrairement à « Fresh » ;

Attendu qu'elle ajoute que les marques « Jumkin Fresh » et « Fresh » comportent des éléments figuratifs distincts tels que : le verre transparent contenant un liquide, un fruit et une feuille visible au voisinage du dessin de verre s'agissant de « Jumkin Fresh » et un bonhomme avec bras levé, une masse de couleur bleue, et un rectangle

où peut lire « cocktail fruits rouges au goût incontournable » s'agissant de la marque « Fresh » ;

Mais Attendu que les marques se présentent ainsi ;



Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre les deux signes pris dans leur ensemble se rapportant aux produits de la même classe, il existe un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne n'ayant pas les deux marques sous les yeux en même temps,

DECIDE

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n°50069 de la marque « Fresh » formulée par la SOCIETE UNIPARCO est reçue quant à la forme.

Article 2 : La marque « Fresh » n° 50069 est radiée.

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

Article 4 : LA SOCIETE PREPARADOS ALIMETICIOS, titulaire de la marque « Fresh » n° 50069 dispose d'un délai de trois (03) mois à compter de la réception de la présente décision pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 9 mai 2006

(é) **Anthioumane N'DIAYE**