

## DECISION N° 00006/OAPI/DG/SCAJ

### Portant radiation de l'enregistrement de la Marque « Polux » n°50094

#### 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°50094 de la marque « Polux » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 27 décembre 2005 par la société UNILEVER N.V, représentée par le Cabinet J. EKEME ;
- Vu** la lettre n°1250/OAPI/DG/SCAJ/sha du 28 février 2006 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « Polux » n° 50094 ;

**Attendu** que la marque « Polux » a été déposée le 23 janvier 2004 au nom de Monsieur HAIDARA Mahamadou et enregistrée sous le n° 50094 pour les produits de la classe 3, puis publiée dans le BOPI n° 2/2005 du 30 juin 2005 ;

**Attendu** que la société UNILEVER N.V est titulaire de la marque « Lux » n°48589 déposée le 07 août 2003, classe 3 ;

**Attendu** qu'au motif de son opposition, la société UNILEVER N.V soutient qu'en étant le premier demandeur à l'enregistrement de la marque « lux », la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 annexe III de l'ABR et qu'elle en droit d'empêcher toute utilisation qui pourrait porter atteinte à ses droits. Que la marque de la défenderesse est tellement similaire à la sienne que son utilisation pour des services ou similaires identiques serait susceptible de créer une confusion tel que stipulé à l'article 7 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui.

**Attendu** qu'elle ajoute que des points de vue visuel et phonétique « Lux » forme la partie prédominante de la marque de la défenderesse, qu'en plus elles sont enregistrées pour les mêmes produits et le consommateur d'attention moyenne peut confondre ces deux produits lorsqu'ils sont vu indépendamment l'un de l'autre.

**Attendu** que Monsieur HAIDARA Mahamadou a répliqué en affirmant que l'opposition n'étant pas fondée sur l'identité des marques en présence, le risque de confusion n'est pas présumé exister comme prévu à l'article 7 annexe III de l'ABR. Le risque de confusion devant être prouvé et la charge de cette preuve incombant à la demanderesse. Elle fait valoir que pour que la notion d'identité soit retenue, elle doit être vérifiée pour l'impression d'ensemble produite par les marques en présence. La société affirme qu'il n'existe que des différences entre les deux marques que révèlent l'analyse visuelle, phonétique et conceptuelle.

**Qu'**en ce qui concerne l'analyse visuelle, les deux marques présentes de nombreuses différences tenant à leur type et à leur structure générale (marques simple d'une part et complexe d'autre part), au nombre de lettres (trois dans l'une et cinq dans l'autre), aux caractères typographiques différents, à la présence dans la marque querellée de la photographie d'un modèle féminin et à la présence dans la marque querellée d'une bordure noire.

**Attendu** qu'il ajoute que la marque POLUX n° 50094 constitue (partie verbale et graphisme) un ensemble nouveau et indivisible recelant des différences si importantes avec la marque « Lux » que celle s-ci ne peuvent passer inaperçues aux yeux d'un consommateur moyen. Dans la construction de la marque complexe « Polux » le terme « Lux » perd son individualité visuelle et phonétique pour former avec le préfixe « Po » un nouveau vocable s'intégrant aux autres composantes graphiques pour former un ensemble unitaire et original impossible à confondre avec la marque « Lux ».

**Que** pour ce qui est leur analyse phonétique, il se révèle une différence fondamentale tenant à la prononciation des marques fait en deux syllabes dans l'une contre quatre dans l'autre de sorte que les marques soient dissemblables.

**Que** pour ce qui est de l'analyse conceptuelle, elle affirme que la combinaison des termes « Po » et « Lux » crée un concept et une unité arbitraire distincte de ceux de ses composants. Et en revanche le vocable « lux » est censé renvoyé dans l'esprit du public au concept intellectuel de luxe.

**Attendu** que dans un mémoire additionnel, la défenderesse récuse le pouvoir produit par l'opposant en arguant l'argumentaire selon lequel celui qui pose un acte au nom d'un tiers en prétendant avoir été investi d'un mandat à cet effet doit justifier de l'existence de ce dernier à la date de l'acte, que le pouvoir par la requérante est largement postérieur à la date d'introduction de ladite requête, de sorte qu'à cette date, l'opposant n'avait conféré aucun pouvoir à cet effet.

**Attendu** qu'en réponse à ce mémoire additionnel, la société UNILEVER N.V fait savoir qu'aucune disposition de l'ABR, ni des instructions administratives ne stipule qu'il soit nécessaire de fournir un pouvoir au moment où l'opposition est déposée.

**Mais attendu** que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, il y a risque de confusion entre les marques des deux titulaires pour le consommateur d'attention moyenne n'ayant 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°50094 de la marque « Polux » formulée par la société UNILEVER N.V est reçue quant à la forme.

**Article 2** : La marque « Polux» n° 50094 est radiée.

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

**Article 4** : Monsieur HAIDARA Mahamadou, titulaire de la marque « Polux » n° 50094 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 30 janvier 2007

(é) **Anthioumane N'DIAYE**