

**DECISION N° 0099 /OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ**

**Portant radiation de l'enregistrement de la marque  
« DRINKO » n° 57466**

**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° 57466 de la marque « DRINKO » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 19 mai 2009 par la société COWBELL INTERNATIONAL INC., représentée par le Cabinet EKANI Conseils ;

**Attendu que** la marque « DRINKO » a été déposée le 14 novembre 2007 par la société FIRST AFRICAN COMPANY et enregistrée sous le n° 57466 dans les classes 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 2/2008 paru le 20 novembre 2008 ;

**Attendu qu'**au soutien de son opposition, la société COWBELL INTERNATIONAL INC. fait valoir qu'elle est propriétaire de la marque « DRINK-O-POP » n° 32493 déposée le 17 février 1993 dans la classe 32 ; que cet enregistrement est encore en vigueur, à la suite du renouvellement intervenu en 2003 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1<sup>er</sup> de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

**Qu'**elle a le droit exclusif d'utiliser sa marque en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est aussi en droit d'empêcher l'utilisation par un tiers de toute marque ressemblant à sa marques « DRINK-O-POP » qui pourrait créer un risque de confusion, comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit l'Accord ;

**Qu'**elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « DRINKO » n° 57466 aux motifs que cette marque crée un risque de confusion avec sa marque antérieure ; que les deux signes présentent de fortes similarités

visuelles et phonétiques ; que du point de vue visuel, les deux marques sont des marques verbales ; que l'élément d'attaque de sa marque « DRINK-O » est intégralement repris dans la marque postérieure « DRINKO » ; que l'identité de l'élément d'attaque permet de conclure à une forte similarité entre les deux marques ;

**Que** du point de vue phonétique, il existe une forte similarité entre les deux marques puisque les tirets dans la marque antérieure ne sont pas prononcés par le consommateur ; que le déposant semble se réfugier derrière la différence entre le nombre de syllabes DRINK-O-POP (trois syllabes) contre DRINK-O (deux syllabes) ; mais qu'il s'agit d'une différence minimale qui ne sera pas immédiatement relevée par le consommateur d'attention moyenne ;

**Qu'en** ce qui concerne les produits, il y a identité des produits de la classe 32 ; qu'il existe aussi une forte similarité entre les produits de la classe 32, et ceux des classes 29 et 30 couverts par les deux marques ; que tous ces produits sont vendus dans le même circuit de distribution, à savoir les marchés et les supermarchés ; que les boissons de la classe 32 sont par ailleurs fortement similaires aux boissons comme par exemple le café, le thé et le lait des classes 29 et 30 ;

**Attendu que** la société FIRST AFRICAN COMPANY allègue dans son mémoire en réponse que l'argumentaire de la société COWBELL INTERNATIONAL INC. n'a pas de fondement juridique ; qu'il y a absence de similitudes visuelles, phonétiques et absence d'identité des produits couverts par les deux marques ;

**Que** s'agissant des produits couverts par les deux enregistrements, la société demanderesse feint d'ignorer le principe de la spécialité des marques ; que les produits des classes 29 et 30 ne sont pas similaires à ceux de la classe 32 ; qu'il n'existe donc pas de risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne ;

**Attendu que** du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires, prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques de la même classe 32 et aux produits similaires de la classe 32 de l'opposant et ceux des classes 29 et 30 du déposant, 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° 57466 de la marque «DRINKO » formulée par la société COWBELL INTERNATIONAL INC. est reçue en la forme.

**Article 2** : Au fond, l'enregistrement n° 57466 de la marque « DRINKO » est radié.

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

**Article 4** : La société FIRST AFRICAN COMPANY, titulaire de la marque « DRINKO » n° 57466, 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 29 juin 2011

(é) **Paulin EDOU EDOU**