

DECISION N° 0036 /OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

**Portant radiation de l'enregistrement de la marque
« BARA MUSSO & Device » n° 61691**

**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° 61691 de la marque « BARA MUSSO & Device » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 13 mai 2011 par la SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S.A ;

Attendu que la marque « BARA MUSSO & Device » a été déposée le 5 mai 2009 par Monsieur DOUMBIA BOUREIMA et enregistrée sous le n° 61691 dans la classe 29, ensuite publiée au BOPI n° 1/2010 paru le 3 décembre 2010 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S.A affirme 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° 38225 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, et qu'elle est aussi en droit d'empêcher l'utilisation par un tiers de toute marque ressemblant à ses marques qui pourrait créer 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 « BARA MUSSO & Device » n° 61691, au motif que cette marque ressemble à ses marques au point de créer un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne ;

Que du point de vue visuel la confusion consiste en la reprise du poulet stylisé dans toutes ses caractéristiques essentielles ; que du point de vue phonétique, le signe antérieur est une marque exclusivement figurative, le risque de confusion phonétique consistera en la référence au dessin du poulet et sa position sur le cube qui déterminera et aidera le consommateur à retrouver le produit recherché ; 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 ont 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 de la classe 29 commune 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 présumé exister et la marque seconde est radiée ;

Attendu que Monsieur DOUMBIA BOUREIMA fait valoir dans son mémoire en réplique, qu'il a été vendeur des produits culinaires (condiments) depuis plusieurs années ; que depuis quelques temps, il a abandonné la pratique classique d'achat et vente des marchandises au profit de la production sur place, par la mise en valeur des produits locaux (poulet local, oignon, ail, carotte, poivrons, haricots, maïs, etc) en offrant aux populations locales les meilleurs produits respectant les standards de qualité très élevés ; qu'il a donné à son produit se présentant sous forme de poudre le nom « BARA MUSSO » qui signifie « la femme préférée de l'époux » en langue locale manding ;

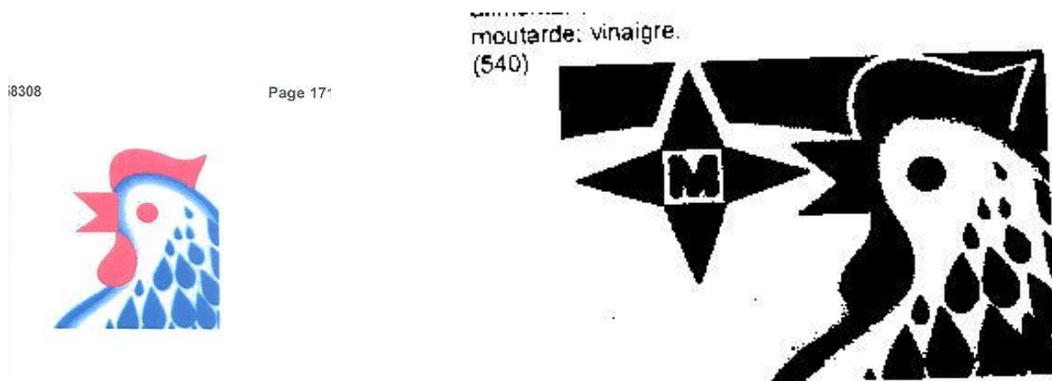
Que la similitude des marques complexes ne peut être prouvée qu'à la suite d'une comparaison desdites marques prises dans leur ensemble ; que la SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S.A aborde le sujet par une présentation partiellement troquée d'un seul élément commun aux deux marques (la tête du poulet) ; mais que l'usage du poulet comme signe distinctif s'agissant de produits d'assaisonnement devient descriptive et par conséquent affaiblie la marque ; que si l'on consulte le registre, l'on constatera que toutes les marques de produits culinaires d'assaisonnement sans exception comportent l'image de poulet, de telle

sorte que le poulet ne constitue plus l'élément distinctif desdites marques ;

Attendu que les marques des deux titulaires se présentent ainsi :



Marque n° 61691
Marque du déposant



Marque n° 58308
Marque de l'opposant

Marque n° 58225
Marque de l'opposant

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelles et intellectuelles prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits de la classe 29, il existe un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les marques sous les yeux en même temps, ni à l'oreille à des temps rapprochés,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 61691 de la marque «BARA MUSSO » formulée par la SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S.A. est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 61691 de la marque « BARA MUSSO & Device » est radié.

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

Article 4 : Monsieur DOUMBIA BOUREIMA, titulaire de la marque « BARA MUSSO & Device » n° 61691, 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 11 juillet 2012

(é) **Paulin EDOU EDOU**