

DECISION N° 270/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « KING + Logo » n° 73432

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° 73432 de la marque « KING + Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 10 juillet 2014 par la société ANHEUSER-BUSCH InBev S.A., représentée par le cabinet EKANI CONSEILS ;

Attendu que la marque « KING + Logo » a été déposée le 21 novembre 2012 par la société UNION CAMEROUNAISE DES BRASSERIES (UCB), et enregistrée sous le n° 73432 pour les produits de la classe 32, ensuite publiée au BOPI n° 05MQ/2013 paru le 10 janvier 2014 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société ANHEUSER-BUSCH InBev S.A. fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « KING OF BEERS » n° 30035, déposée le 08 août 1990 dans les classes 6, 21, 25, 28, 32 et 34 ;

Que cet enregistrement est actuellement en vigueur selon les dispositions de l'Accord de Bangui ;

Que les marques en conflit comportent des éléments verbaux quasi-identiques ; que le risque de confusion est d'autant plus élevé que les produits couverts sont identiques pour l'essentiel s'agissant de la

classe 32 ; que les deux signes ont un élément verbal prédominant à savoir le mot « KING » qui se retrouve dans les deux marques ;

Que la similitude des produits accroît le risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne quant à l'origine des produits ; que la

marque querellée mérite donc d'être radiée ;

Attendu que la société UNION CAMEROUNAISE DES BRASSERIES (UCB), fait valoir dans son mémoire en réponse que l'opposition de la société ANHEUSER-BUSCH InBev S.A. est irrecevable du fait de la perte de la propriété de la marque, tirée du défaut de renouvellement ; qu'aux termes de l'article 19 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, « l'enregistrement d'une marque n'a d'effet que pour dix ans, à compter de la date de dépôt de la demande d'enregistrement... » ; que l'enregistrement de la marque « KING » de l'opposant n'a plus aucun effet depuis le 08 septembre 2000 ;

Que la marque de l'opposant enregistrée sous le numéro 30035 est dénommée « KING OF BEERS », alors que celle appartenant à la société UCB S.A., enregistrée sous le numéro 73432 est dénommée « KING OF CAMEROON, KING PREMIUM GOLD BEER » ;

Que phonétiquement, il ne peut avoir aucun risque de confusion entre la marque « KING OF BEERS » et « KING OF CAMEROON, KING PREMIUM GOLD BEER », même dans l'esprit des consommateurs moyens, les termes composant les deux marques étant distincts ; que les éléments verbaux ne sont pas identiques et la seule reprise d'un terme à l'identique

n'entraîne pas le risque de confusion surtout s'agissant du terme générique « KING » ;

Que la marque de l'opposant est dépourvue de logo et se résume visuellement en l'inscription en lettres majuscules, sur papier blanc sans aucune originalité ni esthétique des éléments verbaux de cette marque que sont « KING OF BEERS » ; que par contre, le déposant a déposé un logo avec tous les éléments verbaux de sa marque « KING OF CAMEROON, KING PREMIUM GOLD BEER » dans un double cercle, encadré dans un rectangle sous fond argenté chapeauté d'une couronne ; que cette originalité du logo de la marque du déposant écarte tout risque de confusion entre les deux marques ;

Que le risque de confusion ne naîtrait que d'une comparaison globale des éléments caractéristiques des produits en conflit tels que l'emballage, l'étiquetage, l'embouteillage, susceptibles de créer la confusion avec le produit antérieurement protégé ;

Que sous sa marque « KING OF CAMEROON, KING PREMIUM GOLD BEER », la société UCB S.A. fabrique et commercialise exclusivement une boisson alcoolique dont le logo est estampillé sur chaque bouteille ; que ces éléments conceptuels du logo de la marque appartenant au déposant sont de nature à exclure le moindre risque de confusion sur l'origine des

produits dans l'esprit des consommateurs même moyens ;

Qu'il y a ni reproduction quasi-identique, ni similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle entre les deux marques encore moins identité des produits commerciaux, toute chose excluant le risque de confusion même dans l'esprit des consommateurs moyens sur l'origine des produits ;

Attendu qu'en réaction à l'argumentaire du déposant, l'opposant soutient que contrairement aux allégations du déposant, la marque « KING OF BEERS » n° 30035, déposée le 08 août 1990 a été renouvelée sous le numéro 20335 suivant demande du 23 avril 2010 ;

Que les éléments verbaux d'une marque ont une grande importance pour les consommateurs n'ayant pas les deux signes sous les yeux ou à l'ouïe au même moment, étant donné que plusieurs éléments contenus dans la marque du déposant manquent de distinctivité à l'instar des termes « BEER », « PREMIUM » ou encore « GOLD BEER » ;

Que l'élément prédominant des deux marques demeure le mot « KING » qui est commun et induit forcément un risque de confusion ; que ce risque est d'autant plus élevé puisque les deux marques en conflit ont été déposées en classe 32 et concernent principalement la bière ;

Attendu que les marques des deux titulaires en conflit se présentent ainsi :



KING OF BEERS

Marque n° 30035

Marque n° 73432

Marque de l'opposant

Marque du déposant

Attendu que les droits antérieurs de l'opposant sur la marque « KING OF BEERS » n° 30035 ont été valablement maintenus en vigueur ;

Attendu que compte tenu des ressemblances phonétique et intellectuelle (même prononciation de l'élément verbal prédominant « KING », mise en exergue de la qualité supérieure du produit, recherche d'un rapprochement avec la marque verbale de l'opposant par la reprise de l'expression « THE ORIGINAL KING OF BEERS ») prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires, prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits

identiques et similaires de la classe 32, il existe un risque de confusion 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,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 73432 de la marque « KING + Logo » formulée par la société ANHEUSER-BUSCH InBev S.A. est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 73432 de la marque « KING + Logo » est radié.

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

Article 4 : La société UNION CAMEROUNAISE DES BRASSERIES (UCB), titulaire de la marque « KING + Logo » n° 73432, 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 15/04/2016

(é) Paulin EDOU EDOU