

DECISION N°355/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « MAMY » n°82956

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°82956 de la marque « MAMY » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 13 février 2016 par la société PATISEN S.A, représentée par Monsieur Doudou SAGNA ;

Attendu que la marque « MAMY » a été déposée le 14 novembre 2013 par la Société des Transformations Industrielles du Cameroun (SOTICAM) et enregistrée sous le n°82956 pour les produits relevant de la classe 30, ensuite publiée au BOPI n°05MQ/2015 paru le 22 décembre 2015 ;

Attendu que la société PATISEN S.A fait valoir au soutien de son opposition qu'elle est propriétaire de la marque antérieure « MAMI + Vignette » n°52161 déposée le 25 juillet 2005 dans les classes 29, 30 et 32 ; que cet enregistrement est encore en vigueur, suite au renouvellement intervenu en 2015 ; que cette marque est exploitée dans le domaine alimentaire ; qu'elle est bien connue par des consommateurs et des milieux commerciaux des Etats membres de l'OAPI ;

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^{er} 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 marque dans le cas où un tel usage entraînerait 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 « MAMY » n°82956 au motif que cette marque est constituée des mêmes lettres que celles composant sa marque antérieure, le but recherché étant de créer la confusion dans l'esprit des consommateurs sur les produits et leur origine ; que la seule différence mineure entre les deux marques résulte de la substitution de la lettre « I » par la lettre « Y » qui ont la particularité d'avoir, dans un mot, la même sonorité dans leur prononciation ; que du point de vue phonétique, les marques sont parfaitement identiques, donc il y a un risque de confusion avéré ;

Que le risque de confusion est renforcé par le fait que les marques « MAMI + Vignette » n°52161 et « MAMY » n°82956 ont été déposées pour des produits identiques et similaires de la classe 30 ; que le déposant crée

indubitablement un risque de confusion et de tromperie dans l'esprit des consommateurs sur les produits concernés, ainsi que sur leur origine dans la mesure où les produits couverts par les deux marques en conflit sont offerts aux consommateurs par les mêmes réseaux de distribution que sont notamment les marchés et les supermarchés ; que la coexistence n'est pas envisageable ; qu'il y a lieu de faire droit à l'opposition et de radier l'enregistrement de la marque contestée conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Attendu que la Société des Transformations Industrielles du Cameroun (SOTICAM) fait valoir dans son mémoire en réponse que les termes « MAMAN », « MAMY », « MAMI », « MAMMY » et « MEME » constituent tous des mots trop courants, communs et anodins pour constituer une marque susceptible de protection et donc d'appropriation exclusive car renvoyant tous aux fonctions culinaires et nutritionnelles naturelles de la génitrice de tous les hommes ; que ces termes génériques sont du domaine public et donc libres de toute appropriation par quiconque ; qu'en déposant la marque « MAMI » l'opposant veut occulter la spécificité de l'expertise culinaire qui est réservé exclusivement à « la femme » et surtout à « La Mère » et pour laquelle on n'y peut rien ;

Que personne n'a le droit d'enregistrer un mot aussi courant, terre-à terre et insignifiant par lui-même et prétendre ensuite empêcher les autres opérateurs économiques d'utiliser le même terme qui, plus est, s'applique au même secteur d'activités dans lequel les deux protagonistes opèrent comme le prévoit l'article 3 (a) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a déposé sa marque pour la commercialisation « du concentré de tomates » et qu'elle n'entend pas étendre son activité à d'autres produits ;

Que pour l'appréciation de l'existence ou non d'un risque de confusion entre les marques en conflit, du point de vue visuel et phonétique, doit se faire de façon globale en tenant compte de tous les éléments pertinents et dominants des marques en conflit ; que ces deux marques en plus s'adressent à un public cible majoritairement averti ;

Que du point de vue visuel, la marque de l'opposant est une marque complexe stylisée ayant une inscription « MAMI » au centre de la boîte ; assisté en dessous d'une languette, serpentée en dessous par les mots « la tradition des bonnes sauces », le tout reposant sur une plate-forme en majuscule : BOUILLON EN POUDRE, le tout présenté sur un plan disposé en carré ;

Que par contre, sa marque « MAMY » n°82956 est une marque

complexe stylisée, simple, représentant sur un plan carré rouge vivant et multicolore recouvert en bas de fruit de tomate naturelle fraîchement cueilli et arborant des pétales vertes qui accompagnent généralement ce fruit lorsqu'il est précieusement cueilli ; tout proche d'elle se révèle le grammage du produit (70grs) en lettres jaunes assorti en dehors d'un code identifiant selon les normes du commerce ; à quelques millimètres au-dessus trône au centre et en lettres blanches la dénomination « MAMY » ;

Que ces lettres reposent sur un piédestal composé des mots en minuscule : « concentré de tomates » ; le « A » de « MAMY » est agencé de façon conique au centre duquel une jeune femme, à peine remarquable par un consommateur moyen, exhibe sa démarche semblable à celle d'un mannequin rentrant du marché, revêtue d'une jupe rouge, d'un tee-shirt vert et portant un panier majestueusement ajusté en équilibre sur sa tête ; tout son corps semble d'ailleurs nimbé de vert ;

Que du point de vue phonétique, « MAMI » est distinct de « MAMY » ; que les terminaisons qui les vocalisent « MI » contre « MY » en impriment la différenciation ; qu'il n'existe aucune similitude, ressemblance ni identité tant au niveau des signes, des produits que du public cible entre les marques en conflit ; qu'il y

a lieu de rejeter l'opposition de la société PATISEN S.A comme étant mal fondée ;

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



Marque n°52161
Marque n°82956
Marque de l'opposant
Marque du déposant

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle (les couleurs jaune, vert et rouge), phonétique (« MAMI » et « MAMY ») et intellectuelle (les éléments verbaux qui renvoient à la même réalité) prépondérantes entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits de la même classe 30 commune aux deux marques, 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°82956 de la marque « MAMY » formulée par la société PATISEN S.A est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n°82956 de la marque « MAMY » est radié.

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

Article 4 : La Société des Transformations Industrielles du Cameroun (SOTICAM), titulaire de la marque « MAMY » n°82956, 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 29/12/2006

(é) Paulin EDOU EDOU