

# DECISION N° 705/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

## Portant radiation de l'enregistrement de la marque « AL ATTAR » n°93825

### 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° 93825 de la marque « AL ATTAR » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 04 septembre 2018, par Monsieur TAREK KUDSI ALATTAR, représentée par le cabinet SCP GLOBAL AFRICA IP ;
- Vu** la lettre N°0773/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG/MAM du 25 juillet 2018 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « AL ATTAR » n° 93825 ;

**Attendu que** la marque « AL ATTAR » a été déposée le 03 mars 2017 par la société UNIPARCO, et enregistrée sous le n° 93825 pour les produits des classes 03 et 05, ensuite publiée au BOPI N° 06 MQ/2017 paru le 22 février 2018 ;

**Attendu que** Monsieur TAREK KUDSI ALATTAR S.A fait valoir à l'appui de son opposition, qu'il est titulaire des marques suivantes :

- « Alattar avec écritures arabes et logo » n° 62768, déposée le 09 octobre 2009, classes 5, 30, 31,
- « Alattar avec écritures arabes et logo » n° 90049, déposée le 18 avril 2019, classe 35, 43, 44,
- « Alattar » n° 90553 déposée le 17 août 2016, classes 35, 43, 44,
- « Alattar » n°90555 déposée le 17 août 2016, classes 3, 5, 29,
- « Alattar » n°92105 déposée le 17 novembre 2016, classes 30, 31, 32 ;

**Que** le titulaire de la marque querellée a violé les dispositions textuelles et son droit antérieur conformément à l'article 3 de l'Annexe III de l'accord de Bangui ;

**Que** sur le plan visuel, toutes ses marques antérieures sont composées à la fois d'éléments complexes et verbaux, présents aussi bien dans la marque querellée ; que de ce fait la marque querellée reprend à l'identique la complexité de ses marques ;

**Que** la marque postérieure est une copie servile de ses marques intégrant l'élément d'attaque « ALATTAR » lorsque la marque est face à des consommateurs des pays ou de culture latine, et l'écriture arabe lorsqu'il s'agit de consommateurs de culture arabes ;

**Que** sur le plan phonétique, la prononciation des signes en présence est identique (3 syllabes) rendant ainsi parfait le risque de confusion d'attention du consommateur même le plus élevé ; que sur la comparaison des produits les marques des deux titulaires ont en commun les produits des classes 3 et 5 rendant ainsi encore plus criard le risque de confusion ;

**Attendu que** la société UNIPARCO dans sa réponse souligne que l'opposition formulée n'est pas recevable en ce que le demandeur à l'appui de ses requêtes a fait montre du caractère notoire de ses marques, et qu'une jurisprudence incontestable de la Commission Supérieure de Recours a décidé de son incompétence à connaître du caractère notoire des marques ;

**Que** pour avoir omis de fournir des reproductions des marques en conflit, l'opposition devrait être rejetée pour insuffisance de preuve ;

**Que** le principe du contradictoire n'a pas été respecté en ce sens qu'elle n'est pas en mesure d'avoir les éléments nécessaires pour répondre aux griefs contenus dans l'avis d'opposition, devant permettre de procéder à une analyse objective pouvant faire ressortir l'existence ou l'absence de similarité des deux marques ;

**Que** pour la plupart des dépôts cités par l'opposant les classes 3 et 5 ne sont pas couvertes et que rien ne s'oppose à ce qu'elle fasse usage de la marque querellée pour les produits desdites classes et qu'ainsi le risque de confusion n'est pas encouru ;

**Que** s'agissant de la marque n°90555, les différences visuelles éliminent tout risque de confusion en ce que la société UNIPARCO utilise la marque avec un logo particulier et un design spécifique qui permet aux consommateurs de l'individualiser facilement ;

**Que** sa marque se présente en bouteille modelée sous une forme cylindrique un peu ovale avec un creux au milieu, un fond jaune et une couleur bleue et que le marque du demandeur est une marque verbale sans logo ;

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

# Alattar

Marque n° 90553 de l'opposant



Marque n°93825 du défendeur

**Attendu que** le principe du contradictoire a bien été respecté et que les parties ont toutes été notifiées du présent litige ainsi que les pièces jointes ;

**Que** la fourniture ou non des reproductions par une partie au litige dans son mémoire n'est en rien susceptible d'entacher la régularité de la procédure, les références de sa publication ayant été indiquées ; que pour apprécier l'opposition, l'OAPI se base sur les signes tels que déposés ;

**Attendu qu'**en effet sur les plan visuel et phonétique, les éléments dominants et distinctifs des marques en conflit sont identiques et similaires (la même dénomination « ALATTAR ») et les classes communes (3 et 5) ;

**Attendu que** les ressemblances visuelle et phonétique sont prépondérantes par rapport aux différences, qu'il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires des mêmes classes 3 et 5, pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux en même temps,

**DECIDE :**

**Article 1** : L'opposition à l'enregistrement n° 93825 de la marque « AL ATTAR » formulée par Monsieur TAREK KUDSI ALATTAR, est reçue en la forme.

**Article 2** : Au fond, l'enregistrement n° 93825 de la marque « AL ATTAR » est radié.

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

**Article 4** : La société UNIPARCO, titulaire de la marque « AL ATTAR » n° 93825, 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 14 Octobre 2019

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**