

DECISION N° 898/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « TOPSAHO MANGO JUICE » n° 100749

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° 100749 de la marque « TOPSAHO MANGO JUICE » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 28 février 2019 par la société BEVERAGE TRADE MARK Co. LTD., représentée par le cabinet SCP GLOBAL AFRICA IP ;

Attendu que la marque « TOPSAHO MANGO JUICE » a été déposée le 03 janvier 2018 par la Société TOPFOOD et enregistrée sous le n° 100749 pour les produits de la classe 32, ensuite publiée au BOPI n° 08MQ/2018 paru le 31 août 2018 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition la société BEVERAGE TRADE MARK Co. LTD. fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « TOP » n° 69089 du 22 septembre 2011 dans la classe 32 ;

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

Qu'en vertu de l'article 3 alinéa b de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si : « elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire qui est déjà enregistré ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure pour les mêmes produits ou services ou pour des produits ou services similaires ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion » ;

Que sa marque est constituée de la dénomination « TOP » en lettres rouge sur fond blanc, le tout entouré d'une étiquette de couleur orange contenant des cercles de couleur bleu, jaune, vert, rouge et blanc ;

Que selon une jurisprudence constante, lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, les premiers sont plus distinctifs que les seconds, car le consommateur moyen fera plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu'en décrivant l'élément figuratif de la marque ;

Que la marque querellée est constituée de la reproduction d'une cannette de couleur jaune-orangé sur laquelle figurent en haut la dénomination « TOPSAHO » sur un fond rouge, suivie en dessous de la dénomination « Mango Juice » sur fond vert ; que l'élément dominant de la marque du déposant est le terme « TOP » placé en position d'attaque et le terme « SAHO » qui le suit n'a aucune signification ;

Que l'élément « Mango Juice » et sa traduction ne sont pas distinctifs puisqu'ils indiquent le parfum de cette boisson ; que l'élément distinctif et dominant de la marque querellée « TOP » reprend à l'identique sa marque et les produits couverts par les deux marques dans la classe 32 sont identiques ;

Que sur le plan phonétique, les marques des deux titulaires ont la même prononciation et syllabe « TOP », qui est l'élément dominant et distinctif des marques en conflit ; que la présence de l'élément « SAHO » dans la marque contestée apparaît secondaire compte tenu de son caractère descriptif mais également de son positionnement ;

Que le dépôt de la marque « TOPSAHO MANGO JUICE » n° 100749 par la société TOPFOOD constitue une atteinte à ses droits antérieurs, et il y a lieu de prononcer la radiation de l'enregistrement de cette marque ;

Attendu que la société TOPFOOD fait valoir dans son mémoire en réponse qu'aucune confusion n'est possible entre les deux marques « TOP » et « TOPSAHO MANGO JUICE », le risque de confusion s'appréciant non pas au regard des similitudes relevées entre les signes litigieux mais globalement ; que cette appréciation doit, en ce qui concerne la similitude auditive être fondée sur l'impression d'ensemble produite, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants ;

Que l'élément distinctif et dominant de la marque du déposant est « TOPSAHO » et non « TOP » comme le faire croire la société BEVERAGE TRADE MARK COMPANY LIMITED, SAHO étant le patronyme du promoteur de la société TOPFOOD ;

Que le terme « TOP » commun aux deux marques n'est pas distinctif parce qu'il désigne le meilleur, classement des meilleurs, ou ce qui est en tête de sortes que faire droit à l'opposant reviendrait à lui assurer un monopole illégitime, empêchant tout concurrent de diffuser ses produits ;

Que du point de vue visuel, sa marque « TOP SAHO » est apposée sur les produits en couleur blanche dans un fond rouge suivit de « MANGO JUICE » dans un fond vert, présentée dans des calligraphies de tailles et de couleurs différentes ; que la marque « TOP » de l'opposant est apposée en rouge dans un fond blanc, entourée d'une étiquette de couleur orange contenant des cercles de couleurs bleu, jaune, vert, rouge et blanc ;

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



Marque n° 69089
Marque de l'opposant



Marque n° 100749
Marque du déposant

Attendu que compte tenu des différences visuelle et phonétique prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires, prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques de la classe 32, il n'existe pas de risque de confusion 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° 100749 de la marque « TOPSAHO MANGO JUICE » formulée par la société BEVERAGE TRADE MARK Co. LTD. est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 100749 de la marque « TOPSAHO MANGO JUICE » est rejetée, les marques des deux titulaires pouvant coexister sans risque de confusion.

Article 3 : La société BEVERAGE TRADE MARK COMPANY LIMITED, 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 19 mai 2020

(e) Denis L. BOHOUSSOU