ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

(OAPI)

DECISIONS DES COMMISSIONS D'OPPOSITIONS

SESSION DES 08 ET 09 AVRIL 2014

DECISION N° 020/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « ABAC LZ » n° 68743

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° 68743 de la marque « ABAC LZ » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 17 mai 2013 par la société SANOFI, représentée par le Cabinet ALPHINOOR & CO ;

Attendu que la marque « ABAC LZ » a été déposée le 08 août 2011 par la société RANBAXY LABORATORIES LIMITED et enregistrée sous le n° 68743 pour les produits de la classe 5, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu que la société SANOFI fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque « ASAQ » n° 64659 déposée le 1er juin 2010 dans la classe 5, suite à un changement de dénomination régulièrement inscrit le 03 août 2011 ; qu'elle allègue que sa marque est un signe arbitraire qui n'est ni d'un usage étendu dans le domaine des produits pharmaceutiques et ne sert ni à identifier la composition du produit, ni à évoquer aucune de ses propriétés ; qu'elle est donc parfaitement valable pour désigner lesdits produits et conforme aux exigences des articles 2 et 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « ABAC LZ » n° 68743 aux motifs que cette marque a été enregistrée en violation des dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III dudit Accord ; qu'elle porte atteinte aux droits enregistrés antérieurs lui appartenant en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec sa marque susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur sur l'origine de ces produits, celui-ci sera amené à croire que la marque postérieure « ABAC LZ » n° 68743 n'est qu'une extension ou variante du droit antérieur « ASAQ » n 64659 ;

Que la comparaison des signes et des produits couverts atteste à suffire que les deux marques sont similaires et par conséquent, leur coexistence sur le marché n'est pas envisageable ; que du point de vue conceptuel, les signes en conflit sont des marques verbales ; l'élément verbal « ABAC » de la marque du déposant reproduit quasiment le droit antérieur « ASAQ » ; que la seule différence entre les marques résulte de la présence de la lettre « B » qui remplace la lettre « S » dans la marque antérieure ; que l'adjonction du terme « LZ » descriptif n'est pas suffisant pour écarter ce risque de confusion dans l'esprit du public ;

Que du point de vue visuel et phonétique, la structure des éléments verbaux présente des caractéristiques communes et produit une impression d'ensemble similaire ; les signes ont une même construction, même nombre de lettres (04) et le même ordre de lettres à savoir : [ASAQ] et [ABAC] ; qu'elles ont le même rythme et une prononciation d'attaque similaire ; que le risque d'association est élevé lorsque, considérées dans leur ensemble, les deux marques recèlent des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer aux yeux d'un consommateur d'attention moyenne ; que le risque de confusion est renforcé par le fait que les deux marques couvrent les produits identiques de la même classe 5 ;

Que conformément aux dispositions 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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

Attendu que la société RANBAXY LABORATORIES LIMITED fait valoir dans son mémoire en réponse que les deux marques en conflit sont des expressions arbitraires qui n'ont ni la même signification ni la même prononciation , ni la même longueur, ce qui a pour conséquence de les éloigner l'une de l'autre au plan intellectuel et au plan phonétique ; que même du point de vue visuel, les deux signes ne peuvent être confondus ;

Qu'en conséquence, les deux marques sont tellement éloignées qu'elles peuvent coexister sans risque de confusion, étant donné qu'elles couvrent les produits de la classe 5 dont la distribution est soumise à la surveillance des autorités de chaque Etat membre de l'OAPI ; que pour ces produits, les conseils des médecins et des vétérinaires sont généralement requis ; qu'il y a lieu d'admettre la coexistence des deux marques sur le marché ;

Attendu que l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants ;

Attendu que du point de vue visuel et phonétique, il existe un de risque de confusion entre la marque « ABAC LZ » n° 68743 du déposant et la marque « ASAQ » n° 64659 de l'opposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 5, 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° 68743 de la marque « ABAC LZ » formulée par la société SANOFI est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68743 de la marque « ABAC LZ » est radié.

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

Article 4 : La société RANBAXY LABORATORIES LIMITED, titulaire de la marque « ABAC LZ » n° 68743, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 021/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « ABAC » n° 68742

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° 68742 de la marque « ABAC » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 17 mai 2013 par la société SANOFI, représentée par le Cabinet ALPHINOOR & CO ;

Attendu que la marque « ABAC » a été déposée le 08 août 2011 par la société RANBAXY LABORATORIES LIMITED et enregistrée sous le n° 68742 pour les produits de la classe 5, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu que la société SANOFI fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque « ASAQ » n° 64659 déposée le 1er juin 2010 dans la classe 5, suite à un changement de dénomination régulièrement inscrit le 03 août 2011 ; qu'elle allègue que sa marque est un signe arbitraire qui n'est ni d'un usage étendu dans le domaine des produits pharmaceutiques et ne sert ni à identifier la composition du produit, ni à évoquer aucune de ses propriétés ; qu'elle est donc parfaitement valable pour désigner lesdits produits et conforme aux exigences des articles 2 et 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « ABAC » n° 68742 aux motifs que cette marque a été enregistrée en violation des dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III dudit Accord ; qu'elle porte atteinte aux droits enregistrés antérieurs lui appartenant en ce qu'elle présente de fortes ressemblance et similitudes avec sa marque susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur sur l'origine de ces produits, celui-ci sera amener à croire que la marque postérieure « ABAC » n° 68742 n'est qu'une extension ou variante du droit antérieur « ASAQ » n 64659 ;

Que la comparaison des signes et des produits couverts atteste à suffire que les deux marques sont similaires et par conséquent, leur coexistence sur le marché n'est pas envisageable ; que du point de vue conceptuel, les signes en conflit sont des marques verbales ; l'élément verbal « ABAC » de la marque du déposant reproduit quasiment le droit antérieur « ASAQ » ; que la seule différence entre les marques résulte de la présence de la lettre « B » qui remplace la lettre « S » dans la marque antérieure ; que la lettre d'attaque et les lettres terminales « AQ » et « AC » offrent une sonorité commune ; que cette quasi-identité conceptuelle est de nature à créer un risque de confusion dans l'esprit du public ;

Que du point de vue visuel et phonétique, la structure des éléments verbaux présente des caractéristiques communes et produit une impression d'ensemble similaire ; les signes ont une même construction, même nombre de lettres (04) et le même ordre de lettres à savoir : [ASAQ] et [ABAC] ; qu'elles ont le même rythme et une prononciation d'attaque similaire ; que le risque d'association est élevé lorsque, considérées dans leur ensemble, les deux marques recèlent des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer aux yeux d'un consommateur d'attention moyenne ; que le risque de confusion est renforcé par le fait que les deux marques couvrent les produits identiques de la même classe 5 ;

Que conformément aux dispositions 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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

Attendu que la société RANBAXY LABORATORIES LIMITED fait valoir dans son mémoire en réponse que les deux marques en conflit sont des expressions arbitraires qui n'ont ni la même signification ni la même prononciation ce qui a pour conséquence de les éloigner l'une de l'autre au plan intellectuel et au plan phonétique ; que même du point de vue visuel, les deux signes ne peuvent être confondus ;

Qu'en conséquence, les deux marques sont tellement éloignées qu'elles peuvent coexister sans risque de confusion, étant donné qu'elles couvrent les produits de classe 5 pour l'essentiel, soumis à une prescription médicale préalable et dont la distribution est soumise à la surveillance des autorités de chaque Etats membres de l'OAPI ; que pour ces produits, les conseils des médecins et des vétérinaires

sont généralement requis ; qu'il y a lieu d'admettre la coexistence des deux marques sur le marché ;

Attendu que l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants ;

Attendu que du point de vue visuel et phonétique, il existe un de risque de confusion entre la marque « ABAC » n° 68742 du déposant et la marque « ASAQ » n° 64659 de l'opposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 5, 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° 68742 de la marque « ABAC » formulée par la société SANOFI est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68742 de la marque « ABAC » est radié.

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

Article 4 : La société RANBAXY LABORATORIES LIMITED, titulaire de la marque « ABAC » n° 68742, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE ★ O.A.P.I. Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 022/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « BRIDGESTONE» n° 68940

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° 68940 de la marque « BRIGESTONE » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 17 mai 2013 par la société BRIDGESTONE CORPORATION, représentée par le Cabinet EKEME LYSAGHT Sarl ;

Attendu que la marque « BRIDGESTONE » a été déposée le 22 août 2011 par la SOCIETE GENERALE DE TRANSIT ET DE CONSIGNATION et enregistrée sous le n° 68940 pour les produits de la classe 12, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu que la société BRIDGESTONE CORPORATION fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est le fabricant de pneus le plus connu dans le monde et considère que « BRIDGESTONE » est désormais une marque notoire, tel qu'il ressort de l'article 6bis de la Convention de Paris ; qu'elle est propriétaire des marques :

- BRIDGESTONE Logo n° 38593 déposée le 28 novembre 1997 dans les classes 7, 12, 17 et 20 ;
- BRIDGESTONE Logo n° 67901 déposée le 25 mai 2011 dans les classes 1, 6, 7, 9, 12, 17, 18, 19, 20, 25 et 28 ;

Que l'enregistrement effectué en 1997 est actuellement en vigueur suite au renouvellement intervenu en 2007 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III dudit Accord ; qu'elle a le droit exclusif d'utiliser sa marque « BRIDGESTONE » 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 ;

Que la marque du déposant « BRIDGESTONE » n° 68940 est identique à l'enregistrement n° 38593 de sa marque, ainsi qu'au logo BRIDGESTONE couvert par son enregistrement n° 67901 ; que le risque de confusion est présumé exister lorsqu'une marque identique est utilisée pour des produits ou services identiques ou similaires ; que l'enregistrement n° 68940 querellé couvre les produits tels que les « pneus », produits identiques et identifiables à l';

Qu'aux termes de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une autre marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; qu'elle sollicite la radiation pure et simple de l'enregistrement n° 68940 appartenant au déposant ;

Attendu que la SOCIETE GENERALE DE TRANSIT ET DE CONSIGNATION a, par correspondance datée du 10 juin 2013, acquiescé aux motifs d'opposition formulée par la société BRIDGESTONE CORPORATION ; qu'il y a lieu de lui en donner acte ;

Attendu que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits de la même classe 12, 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° 68940 de la marque « BRIDGESTONE » formulée par la société BRIDGESTONE CORPORATION est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68940 de la marque « BRIDGESTONE » est radié.

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

Article 3 : La société SOCIETE GENERALE DE TRANSIT ET DE CONSIGNATION, titulaire de la marque « BRIDGESTONE » n° 68940, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 023/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « EMAMI MENTHOPLUS » n° 67754

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° 67754 de la marque « EMAMI MENTHOPLUS » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 08 février 2013 par la société ARCOR S.A.I.C, représentée par le Cabinet SCP ATANGA IP ;

Attendu que la marque « EMAMI MENTHO PLUS » a été déposée le 25 novembre 2010 par la société EMAMI LIMITED et enregistrée sous le n° 67754 pour les produits des classes 3, 5 et 29, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société ARCOR S.A.I.C fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « MENTHO PLUS ARCOR » n° 45123 déposée le 05 juin 2001 pour les produits de la classe 30 ; que cet enregistrement est encore en vigueur suite au renouvellement effectué en 2012 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser sa marque ou tout terme lui ressemblant, en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est également en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à sa marque, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit l'Accord ;

Que le dépôt postérieur d'une marque comportant le terme « MENTHO » pour des produits des classes 3, 5 et 29, bien que ne relevant pas de la classe 30 de sa

marque, constitue une atteinte certaine à ses droits ; que les consommateurs et le public seront amenés à croire que tous ces produits proviennent de la même entreprise, alors qu'il n'en est rien ;

Que la marque contestée contient une partie considérable et même la plus importante de sa marque, à savoir « MENTHO PLUS » ; que les deux marques se ressemblent du point de vue visuel et phonétique ; que sur cette base l'usage de cette marque est une source de confusion pour le consommateur d'attention moyenne ;

Que conformément aux dispositions 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 et qui est déjà enregistrée, 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 ; qu'il y a lieu de dire et juger que les deux marques ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et de radier la marque seconde ;

Attendu que le 27 septembre 2013, la société EMAMI LIMITED a produit un bordereau de pièces valant mémoire en réponse à l'opposition formulée par la société ARCOR S.A.I.C ;

Attendu que compte tenu des différences visuelle (la position du terme EMAMI dans la marque du déposant), phonétique et intellectuelle (marques complexes, reprenant chacune la dénomination du titulaire) prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits différents des classes 3, 5 et 29 de la marque du déposant et 30 de la marque de l'opposant, il n'existe pas de risque de confusion, pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas simultanément les deux marques sous les yeux, ni à l'oreille à des temps rapprochés,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 67754 de la marque « EMAMI MENTHOPLUS » formulée par la société ARCOR S.A.I.C est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 67754 de la marque « EMAMI MENTHOPLUS » est rejetée, les marques des deux titulaires pouvant coexister sur le marché sans risque de confusion.

Article 4 : La société ARCOR S.A.I.C 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 024/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « (Figurative) » n° 69510

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° 69510 de la marque « (Figurative) » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 29 octobre 2013 par la société AVENTIS INC, représentée par le Cabinet ALPHINOOR & CO ;

Attendu que la marque « (Figurative) » a été déposée le 11 novembre 2011 par la société BRISTOL-MYERS SQUIBB Sarl et enregistrée sous le n° 69510 pour les produits de la classe 5, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société AVENTIS INC fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque « e Design » n° 57809 déposée le 28 décembre 2007 pour les produits de la classe 5 ; que cette marque est un signe arbitraire, qui n'est ni d'un usage étendu dans le domaine des produits pharmaceutiques et ne sert ni à identifier la composition du produit, ni à évoquer aucune de ses propriété ; que sa marque est parfaitement valable pour désigner les produits de la classe 5 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 7 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, qu'elle a le droit d'utiliser sa marque en rapport avec les produits pour lesquels elle a été enregistrée et pour des produits similaires ; qu'elle a également le droit d'empêcher les tiers, agissant sans son consentement, de faire usage de signe identique ou similaire dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « (Figurative) » n° 69510 conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III dudit Accord, aux motifs qu'outre l'antériorité du dépôt de sa marque pour les mêmes produits, il existe des ressemblances visuelle et conceptuelle manifeste entre les deux marques qui peuvent, à plusieurs égards, créer un risque de confusion entre les marques en conflit ; que la comparaison des signes et des produits en présence atteste à suffire que les marques sont similaires et par conséquent leur coexistence sur le marché n'est pas envisageable ;

Que les deux marques en conflit sont des marques figuratives ; que prise dans leur ensemble, elles offrent une identité conceptuelle et visuelle, ce qui est de nature à créer une confusion pour la clientèle qui n'a pas en même temps les deux marques sous les yeux ; que la marque antérieure est composée d'un élément « e » stylisé ; que la marque contestée est également composée de l'élément « e » stylisé, qui reproduit à l'identique le signe antérieur ; que cette identité conceptuelle est inéluctablement source de confusion ;

Que du point de vue visuel, les deux marques présentent le même élément figuratif « e » design à l'identique ; qu'elles ont la même construction ; leur structure présente des caractéristiques communes et identiques à savoir le « e » stylisé et produisent une impression d'ensemble identique ;

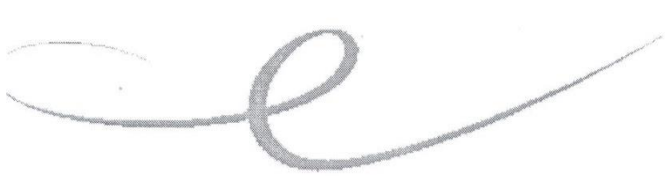
Que le risque de confusion est renforcé par le fait que les deux marques couvrent les produits identiques de la classe 5 ; qu'il existe un fort risque d'association entre les deux marques lorsque, considérée dans leur ensemble, elles ne recèlent aucune différence tant elles sont quasi-identiques ; que le risque de confusion est également renforcé par la connaissance de la marque antérieure sur le marché ;

Attendu que la société BRISTOL-MYERS SQUIBB Sarl fait valoir dans son mémoire en réponse que contrairement aux allégations de l'opposant, les deux marques sont différentes l'une de l'autre et la confusion ne peut pas se produire sur le marché ;

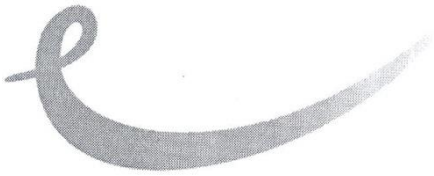
Que le logo de sa marque « EFFERALGAN » est absolument distinct et n'a rien de similaire avec la marque de l'opposant ; qu'elle est constituée d'une boucle hautement stylisée faite d'une longue touche introductive et d'une longue queue ; que par contre le logo de la marque antérieure est constitué d'une large courbe formée d'une très courte touche introductive qu'on croirait qu'elle n'existe pas et d'une très courte queue ; qu'en position horizontale, sa marque est très longue, ce qui n'est pas le cas de la marque de l'opposant ;

Que bien plus, les produits couverts par les marques en conflit sont vendus par des pharmaciens sur présentation d'une ordonnance médicale ; que ces spécialistes ne peuvent donc pas se tromper sur le produit sollicité ; qu'il est évident qu'en l'absence d'un risque de confusion entre les deux marques prises dans leur ensemble, il y a lieu de rejeter l'opposition et d'admettre la coexistence des deux marques sur le marché ;

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



Marque n° 57809
Marque de l'opposant



Marque n° 69510
Marque du déposant

Attendu que l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle et conceptuelle des signes en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci ;

Attendu que du point de vue visuel et intellectuel, les marques des deux titulaires en conflit sont des marques figuratives, d'une part « e Design » et « e Stylisé » d'autre part, qu'elles produisent une même impression d'ensemble ;

Attendu que du point de vue visuel et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques de la même classe 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° 69510 de la marque «(Figurative) » formulée par la société AVENTIS INC est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69510 de la marque « (Figurative) » est radié.

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

Article 4 : La société BRISTOL-MYERS SQUIBB Sarl, titulaire de la marque « (Figurative) » n° 69510, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 025/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241

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° 69241 de la marque « FLASH BE A STAR » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 29 octobre 2013 par la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH, représentée par le Cabinet AKKUM AKKUM & Associates LLP ;

Attendu que la marque « FLASH BE A STAR » a été déposée le 10 octobre 2011 par la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED et enregistrée sous le n° 69241 pour les produits des classes 32 et 33, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH fait valoir, à l'appui de son opposition, qu'elle est propriétaire de la marque « FLASH POWER » notoirement connue à travers le monde ; qu'elle utilise cette marque pour la fabrication et la commercialisation des produits relevant de la classe 32 ; que cette marque a été déposée le 05 mars en 2012, ensuite enregistrée sous n° 70506 dans la classe 32 ;

Que par ce dépôt, elle dispose d'un droit de propriété exclusif sur sa marque conformément à l'article 7 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que le dépôt de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 constitue une atteinte aux droits antérieurs enregistrés lui appartenant ; qu'en application de l'article 3 (b) de l'Annexe III dudit Accord, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Que du point de vue visuel et phonétique, la marque du déposant est similaire à sa marque qu'elle est susceptible d'induire le public et les milieux commerciaux en erreur, notamment sur l'origine géographique, la nature ou les caractéristiques des produits considérés ; qu'elle sollicite par conséquent la radiation de l'enregistrement n° 69241 de la marque « FLASH BE A STAR » du déposant dans les conditions prévues par la loi ;

Attendu que la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société LIZU TRADING HANDELS – GmbH ;

Mais attendu que conformément aux dispositions de l'article 18 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, l'opposition doit avoir pour fondement une violation des dispositions des articles 2 ou 3 de l'Annexe III ou d'un droit enregistré antérieur appartenant à l'opposant ;

Attendu que la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH ne disposait pas d'un droit enregistré antérieur au dépôt de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 par la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED, pouvant fonder son opposition ;

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 formulée par la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 est rejetée.

Article 3 : La société LIZU TRADING HANDELS - GmbH dispose d'un délai de trois (03) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 026/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « KRISPI » n° 68888

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° 68888 de la marque « KRISPI » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par la société COMPTOIR MEDITERRANEEN DE L'OLIVE – COMOLIVE S.A, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « KRISPI » a été déposée le 14 janvier 2011 par la société MEWAH BRANDS (S) PTE LTD et enregistrée sous le n° 68888 pour les produits de la classe 29, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société COMPTOIR MEDITERRANEEN DE L'OLIVE – COMOLIVE S.A fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « CRESPO » n° 39592 déposée le 24 juillet 1998 pour commercialiser les produits de la classe 29, notamment « l'huile d'olive comestible, olives conservées » ; que cet enregistrement est encore en vigueur, suite au renouvellement intervenu en 2008 ;

Que la société MEWAH BRANDS (S) PTE LTD a déposé, le 14 janvier 2011, la demande d'enregistrement de la marque « KRISPI » n° 68888 pour commercialiser les mêmes produits de la classe 29 ; que cette marque constitue une imitation servile de sa marque et viole les droits antérieurs lui appartenant en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec sa marque susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que les deux marques sont des marques verbales ; qu'elles ne diffèrent point par leurs graphismes, ni par leur appellation verbale ; que les syllabes d'attaques [**KRISP**I] et [**CRESP**O] constituent l'élément dominant des marques en conflit ;

que l'addition du suffixe « **I** » dans la marque du déposant n'est pas suffisante pour écarter l'existence d'une similitude phonétique et visuelle entre les deux marques, ni supprimer le risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une autre marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Que les deux marques ont été déposées pour les produits identiques de la classe 29 ; que leur caractère concurrent est élevé et le consommateur d'attention moyenne peut attribuer aux deux marques une même origine ; qu'il y a lieu de dire que les deux marques ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et de radier la marque seconde ;

Attendu que la société MEWAH BRANDS (S) PTE LTD fait valoir dans son mémoire en réponse que les marques des deux titulaires en conflit ne sont ni identiques ni similaires ; qu'elles ne se prononcent même pas de la même façon ; que le consommateur ne peut donc pas les confondre ;

Que du point de vue phonétique, le son « CRES » de la marque « CRESPO » de l'opposant et « KRIS » de sa marque « KRISPI » , ainsi que les syllabes « PO » et « PI » font naître une différence significative entre les deux marques et aucune confusion ne peut donc se produire ; que les deux marques sont des expressions arbitraires qui n'ont ni la même signification ni la même prononciation ; ce qui a pour conséquence de les éloigner l'une de l'autre ; qu'elles peuvent par conséquent coexister sans risque de confusion bien qu'elles couvrent des produits de la classe 29 ;

Que les deux marques ont été également déposées pour des produits différents de la même classe 29 ; que la marque « CRESPO » de l'opposant couvre uniquement les produits tels que « Huile d'olive comestible, olives conservées » ; que sa marque « KRISPI » couvrent des produits de la classe 29 à l'exception de ceux couverts par le droit antérieur invoqué ; qu'en définitive, prises dans leur ensemble, les deux marques présentent plus de différences que de ressemblances ; qu'il y a lieu d'admettre la coexistence des marques « CRESPO » et « KRISPI» sur le marché pour des produits différents de la même classe 29 ;

Attendu que l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive et conceptuelle des signes en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci ;

Attendu que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, les marques des deux titulaires en conflit « CRESPO » n° 39592 et « KRISPI » n° 68888 produisent une impression globale différente qui écarte tout risque de confusion ;

Attendu que compte tenu des différences visuelle et phonétique prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires en conflit prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits similaires de la même classe 29, 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, ni à l'oreille à des temps rapprochés,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68888 de la marque « KRISPI » formulée par la société COMPTOIR MEDITERRANEEN DE L'OLIVE – COMOLIVE S.A est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 68888 de la marque « KRISPI » est rejetée, les marques des deux titulaires pouvant coexister sur le marché sans risque de confusion.

Article 4 : La société COMPTOIR MEDITERRANEEN DE L'OLIVE – COMOLIVE S.A 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE ★ O.A.P.I. Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 027/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « MARBLE + Dessin » n° 68270

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° 68270 de la marque « MARBLE + Dessin » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 24 mai 2013 par la société PHILIP MORRIS BRANDS Sarl, représentée par le Cabinet NICO HALLE & Co LAW FIRM ;

Attendu que la marque « MARBLE + Dessin » a été déposée le 05 octobre 2009 par la société MELFINCO S.A et enregistrée sous le n° 68270 dans la classe 34, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société PHILIP MORRIS BRANDS Sarl fait valoir, qu'elle est titulaire des enregistrements ci-après, suite à une cession totale conclue avec la société PHILIP MORRIS PRODUCTS S.A, régulièrement inscrite au Registre Spécial des Marques le 12 octobre 2011 ;

- MARLBORO n° 21220 déposée le 08 avril 1981 dans la classe 34 ;
- MARLBORO LIGHTS + Vignette n° 21307 déposée le 29 avril 1981 dans la classe 34 ;
- MARLBORO LIGHTS + Vignette n° 34163 déposée le 15 juillet 1994 dans la classe 34 ;
- MARLBORO + vignette n° 27351 déposée le 8 mai 1987 dans la classe 34 ;
- MARLBORO Label n° 62707 déposée le 29 septembre 2009 dans la classe 34.

Que ces enregistrements sont actuellement en vigueur, à la suite des renouvellements intervenus respectivement en 2011, 2014 et 2005 ; qu'étant

propriétaire de ses enregistrements, elle dispose du droit exclusif d'utiliser sa marque « MARLBORO » en rapport avec les produits couverts par ses marques ; qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par un tiers, de toute marque ressemblant à ses marques, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le stipule l'Article 7 de l'Accord de Bangui ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « MARBLE + Dessin » n° 68270 aux motifs que du point de vue visuel et phonétique, cette marque ressemble à ses marques qu'elle est susceptible de créer la confusion avec ces dernières ; que l'élément figuratif de la marque « MARBLE » n° 68270 est similaire à l'élément figuratif de ses marques antérieures ; que la marque du déposant est une copie simple de la syllabe d'attaque de sa marque « MAR » ; qu'il a associé à cette syllabe d'attaque les lettres « B » et « L » ce qui accentue le risque de confusion entre « MARLB » de « MARLBORO » et « MARBL » de la marque « MARBLE » du déposant ;

Que bien plus, le style de fond de la marque du déposant est très semblable à celui de ses marques ; que le blason utilisé par le déposant et la bande au bas de son logo sont quasi-identiques à ceux figurant sur ses marques, toutes choses qui attestent à suffire l'imitation et l'atteinte à la réputation de ses marques « MARLBORO » ; que le risque de confusion est renforcé par le fait les marques sont utilisées pour les produits identiques de la classe 34 ;

Que le déposant avait obtenu, en date du 27 mars 2008, l'enregistrement de la marque « MARBLE » à l'OAPI ; que cette marque a été enregistrée sous le n° 58615 ; que cet enregistrement a été radié par décision n° 002/OAPI/DG/DGJ/DAJ/SAJ du 04 janvier 2011 suite à une opposition formulée par la société HTS HONGTA SUISSE S.A, décision devenue définitive ;

Que les marques des deux titulaires en conflit ne peuvent donc pas coexister sans risque de confusion ; qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est enregistrée, ou si elle ressemble à cette dernière au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Attendu que la société MELFINCO S.A fait valoir dans son mémoire en réponse que les marques en conflit n'ont ni les mêmes éléments verbaux ni les mêmes dessins ; que les éléments verbaux « MARBLE » et « MARLBORO » n'ont ni la même longueur, ni la même prononciation, encore moins la même

signification; que la marque « MARLBORO » ne peut donc être confondue avec une autre marque de cigarettes ;

Que les éléments figuratifs des deux marques sont aussi différents à tout point de vue ; que mêmes les couronnes qui sont utilisées par tous les producteurs de cigarettes sont aussi différentes d'une marque à l'autre ; que le mot « MELFINCO S.A » se trouve sous la dénomination « MARBLE », évocateur du nom commercial du déposant ; que conformément à l'article 7 alinéa 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, il est constant en jurisprudence que la reproduction même quasi-servile d'une marque enregistrée ne constitue pas une atteinte aux droits antérieurs enregistrés lorsque la modification altère la dénomination ; qu'aucune confusion n'est possible aussi bien au niveau de la texture, du prix de vente et des inscriptions portées sur les bordures respectives des marques en conflit ;

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

Marque n° 27351
Marque de l'opposant

Marque n° 68270
Marque de déposant

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérante par rapport aux différences entre la marque « MARBLE + Dessin » n° 68270 du déposant et la marque « MARLBORO + Vignette » n° 27351 de l'opposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 34, 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,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68270 de la marque « MARBLE + Dessin » formulée par la société PHILIP MORRIS BRANDS Sarl est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68270 de la marque « MARBLE + Dessin » est radié.

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

Article 4 : La société MELFINCO S.A, titulaire de la marque « MARBLE + Dessin » n° 68270, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 028/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « MARBLE + Dessin » n° 68271

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° 68271 de la marque « MARBLE + Dessin » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 24 mai 2013 par la société PHILIP MORRIS BRANDS Sarl, représentée par le Cabinet NICO HALLE & Co LAW FIRM ;

Attendu que la marque « MARBLE + Dessin » a été déposée le 05 octobre 2009 par la société MELFINCO S.A et enregistrée sous le n° 68271 dans la classe 34, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société PHILIP MORRIS BRANDS Sarl fait valoir, qu'elle est titulaire des enregistrements ci-après, suite à une cession totale conclue avec la société PHILIP MORRIS PRODUCTS S.A, régulièrement inscrite au Registre Spécial des Marques le 12 octobre 2011 ;

- MARLBORO n° 21220 déposée le 08 avril 1981 dans la classe 34 ;
- MARLBORO LIGHTS + Vignette n° 21307 déposée le 29 avril 1981 dans la classe 34 ;
- MARLBORO LIGHTS + Vignette n° 34163 déposée le 15 juillet 1994 dans la classe 34 ;
- MARLBORO + vignette n° 27351 déposée le 8 mai 1987 dans la classe 34 ;
- MARLBORO Label n° 62707 déposée le 29 septembre 2009 dans la classe 34.

Que ces enregistrements sont actuellement en vigueur, à la suite des renouvellements intervenus respectivement en 2011, 2014 et 2005 ; qu'étant

propriétaire de ses enregistrements, elle dispose du droit exclusif d'utiliser sa marque « MARLBORO » en rapport avec les produits couverts par ses marques ; qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par un tiers, de toute marque ressemblant à ses marques, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le stipule l'Article 7 de l'Accord de Bangui ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « MARBLE + Dessin » n° 68271 aux motifs que du point de vue visuel et phonétique, cette marque ressemble à ses marques qu'elle est susceptible de créer la confusion avec ces dernières ; que l'élément figuratif de la marque « MARBLE » n° 68271 est similaire à l'élément figuratif de ses marques antérieures ; que la marque du déposant est une copie simple de la syllabe d'attaque de sa marque « MAR » ; qu'il a associé à cette syllabe d'attaque les lettres « B » et « L » ce qui accentue le risque de confusion entre « MARLB » de « MARLBORO » et « MARBL » de la marque « MARBLE » du déposant ;

Que bien plus, le style de fond de la marque du déposant est très semblable à celui de ses marques ; que le blason utilisé par le déposant et la bande au bas de son logo sont quasi-identiques à ceux figurant sur ses marques, toutes choses qui attestent à suffire l'imitation et l'atteinte à la réputation de ses marques « MARLBORO » ; que le risque de confusion est renforcé par le fait les marques sont utilisées pour les produits identiques de la classe 34 ; que ladite marque utilise un cône renversé pratiquement identique au modèle de cône de sa marque n° 27315 ; que ce cône renversé est l'une des images phares liées à la notoriété de sa marque ;

Que le déposant avait obtenu, en date du 27 mars 2008, l'enregistrement de la marque « MARBLE » à l'OAPI ; que cette marque a été enregistrée sous le n° 58615 ; que cet enregistrement a été radié par décision n° 002/OAPI/DG/DGJ/DAJ/SAJ du 04 janvier 2011 suite à une opposition formulée par la société HTS HONGTA SUISSE S.A, décision devenue définitive ;

Que les marques des deux titulaires en conflit ne peuvent donc pas coexister sans risque de confusion ; qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est enregistrée, ou si elle ressemble à cette dernière au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Attendu que la société MELFINCO S.A fait valoir dans son mémoire en réponse que les marques en conflit n'ont ni les mêmes éléments verbaux ni les

mêmes dessins ; que les éléments verbaux « MARBLE » et « MARLBORO » n'ont ni la même longueur, ni la même prononciation, encore moins la même signification; que la marque « MARLBORO » ne peut donc être confondue avec une autre marque de cigarettes ;

Que les éléments figuratifs des deux marques sont aussi différents à tout point de vue ; que mêmes les couronnes qui sont utilisées par tous les producteurs de cigarettes sont aussi différentes d'une marque à l'autre ; que le mot « MELFINCO S.A » se trouve sous la dénomination « MARBLE », évocateur du nom commercial du déposant ; que conformément à l'article 7 alinéa 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, il est constant en jurisprudence que la reproduction même quasi-servile d'une marque enregistrée ne constitue pas une atteinte aux droits antérieurs enregistrés lorsque la modification altère la dénomination ; qu'aucune confusion n'est possible aussi bien au niveau de la texture, du prix de vente et des inscriptions portées sur les bordures respectives des marques en conflit ;

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

Marque n° 27351
Marque de l'opposant

Marque n° 68271
Marque de déposant

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre la marque « MARBLE + Dessin » n° 68271 du déposant et la marque « MARLBORO + Vignette » n° 27351 de l'opposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 34, 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,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68271 de la marque « MARBLE + Dessin » formulée par la société PHILIP MORRIS BRANDS Sarl est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68271 de la marque « MARBLE + Dessin » est radié.

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

Article 4 : La société MELFINCO S.A, titulaire de la marque « MARBLE + Dessin » n° 68271, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 029/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « RICHMAN ROYAL Label » n° 68337

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° 68337 de la marque « RICHMAN ROYAL Label » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 10 avril 2013 par la société ROTHMANS OF PALL MALL LIMITED, représentée par le Cabinet EKEME LYSAGHT Sarl ;

Attendu que la marque « RICHMAN ROYAL Label » a été déposée le 14 juin 2011 par la société GLOBAL TOBACCO FZCO et enregistrée sous le n° 68337 dans la classe 34, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société ROTHMANS OF PALL MALL LIMITED fait valoir, qu'elle est titulaire des enregistrements suivants :

- ROTHMANS ROYAL n° 19882 déposée le 08 janvier 1980 dans la classe 34 ;
- ROTHMANS ROYAL n° 31474 déposée le 08 janvier 1992 dans la classe 34 ;
- ROYALS n° 45640 déposée le 16 janvier 2002 dans la classe 34 ;
- ROYALS Label n° 45365 déposée le 06 novembre 2001 dans la classe 34 ;
- ROTHMANS ROYALS Label n° 37689 déposée le 17 avril 1997 dans la classe 34.

Que ces enregistrements sont encore en vigueur suite aux renouvellements successifs dont les derniers sont intervenus respectivement en 2010, 2011, 2012 et 2007 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques « ROTHMANS ROYALS » et « ROYALS » à l'OAPI conformément à l'article 5 (1) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la propriété de la marque « ROYALS » lui revient; qu'en application de l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord, elle a le droit d'utiliser ses marques pour les produits pour lesquels elles ont été enregistrées et pour des produits similaires ; qu'elle a également le droit d'empêcher les tiers, agissant sans son consentement, de faire usage de signes identiques ou similaires dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion ;

Que la marque « RICHMAN ROYAL Label » n° 68337 du déposant est tellement similaire à ses divers enregistrements qu'elle est susceptible de créer la confusion, d'autant qu'elle est utilisée pour les mêmes produits de la classe 34 ; que plus particulièrement, le mot « ROYAL » est la deuxième des deux mots apparaissant dans la marque du déposant qui se distingue simplement par nom le moins signifiant « RICHMAN » ; qu'en outre, la représentation figurative de ladite marque est une copie conforme de sa marque « ROYALS Label » n° 45365 ; que le mot « ROYAL » est disposé de la même manière et dans la même police que celle utilisée pour sa marque ;

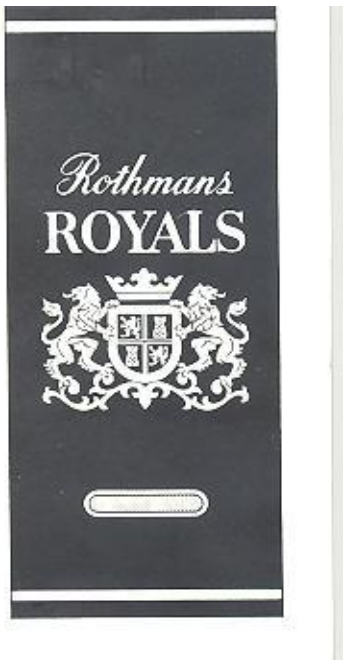
Que la marque du déposant présente de fortes ressemblances phonétiques et visuelles avec ses marques qu'elle est susceptible de créer la confusion avec ces dernières, ce d'autant qu'elle est utilisée pour couvrir les produits identiques de la classe 34 ; qu'elle constitue une violation des droits antérieurs lui appartenant ; que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, elle sollicite la radiation de la marque « RICHMAN ROYAL Label » n° 68337 pour atteinte aux droits enregistrés antérieurs lui appartenant ;

Attendu que la société GLOBAL TOBACCO FZCO fait valoir dans son mémoire en réponse, que la présente opposition est dénuée de tout fondement et mérite le rejet au regard de la distinctivité de sa marque « RICHMAN ROYAL Label » et de l'impression d'ensemble différente que présentent les signes en conflit du point de vue visuel et phonétique ;

Que sa marque ne ressemble pas aux droits antérieurs invoqués de l'opposant ; que la comparaison des signes en présence doit tenir compte de l'impression d'ensemble produite par les marques en conflit ; que du point de vue visuel, les marques présentent plus de différences que de ressemblances ; que phonétiquement « RICHMAN » et « ROTHMAN » ne se prononcent pas de la même façon ; que dès lors sa marque est suffisamment distinctive pour les produits de la classe 34 et est insusceptible de confusion ou de tromperie pour le consommateur de moyenne attention ; qu'il y a lieu d'admettre la coexistence

des marques, et de rejeter l'opposition de la société ROTHMANS OF PALL MALL LIMITED ;

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



Marque n° 68337
Marque du déposant

Marque n° 37689
Marque de l'opposant

Attendu que du point de vue visuel (disposition des éléments verbaux et figuratifs), phonétique et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits de la même classe 34, que les différences invoquées par le déposant ne sont pas suffisantes pour supprimer ce risque, 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° 68337 de la marque « RICHMAN ROYAL Label » formulée par la société ROHMANS OF PALL MALL LIMITED est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68337 de la marque « RICHMAN ROYAL Label » est radié.

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

Article 4 : La société GLOBAL TOBACCO FZCO, titulaire de la marque « RICHMAN ROYAL Label » n° 68337, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « ROYAL POULET + Logo » n° 70480

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° 70480 de la marque « ROYAL POULET + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 1er octobre 2013 par la Société des Produits Nestlé S.A ;

Attendu que la marque « ROYAL POULET + Logo » a été déposée le 08 juin 2011 par la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C) et enregistrée sous le n° 70480 dans les classes 29, 30 et 31, ensuite publiée au BOPI n° 4/2012 paru le 30 août 2013 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la Société des Produits Nestlé 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° 58225 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 1er 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 ; qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher l'utilisation par un tiers de toute marque ressemblant à ses marques 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 « ROYAL POULET + Logo » n° 70480, au motif que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, cette

marque ressemble à ses marques antérieures, qu'elle est susceptible de créer un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne de l'espace OAPI ;

Que du point de vue phonétique, les signes antérieurs étant des marques exclusivement figuratives, le risque de confusion phonétique consistera en la référence au dessin du poulet et sa position sur le cube qui détermineront le consommateur à retrouver le produit recherché ;

Que du point de vue visuel, la confusion consiste en la reprise du poulet dans toutes ses caractéristiques essentielles ; que le dessin du poulet sur la marque du déposant reproduit de façon quasi-identique le dessin de poulet de sa marque « Dessin Tête de Coq » n° 58308 ; que la modification légère du bec, de la crête de change en rien l'impression d'ensemble produite sur le consommateur d'attention moyenne et ne diminue en rien ce risque de confusion ;

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 en conflit présentent 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 des classes 29 et 30 communes 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 retenu et l'enregistrement de la marque seconde est radié ;

Attendu que la société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C) fait valoir dans son mémoire en réplique qu'avant de faire la demande d'enregistrement de sa marque « ROYAL POULET + Logo » elle a tout d'abord, sollicité une recherche d'antériorité de ladite marque ; qu'elle a reçu un courrier en date du 26 avril 2011 l'informant qu'aucune marque « ROYAL POULET » n'avait encore été déposée à l'OAPI pour enregistrement ; que c'est suite à cette réponse qu'elle a déposé sa marque le 08 juin 2011 ;

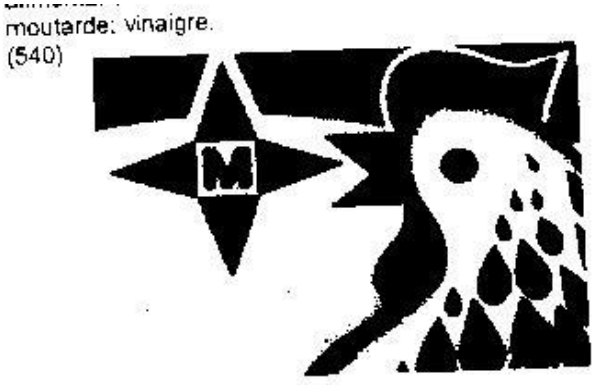
Que l'opposition de la Société des Produits Nestlé S.A ne peut pas prospérer ; qu'il n'y a aucune ressemblance entre les logos des Cubes Maggi poulet et royal poulet ; que le cube royal poulet se termine par un coq dont le bec est fermé, la crête se terminant par trois courbes et l'insigne bien apparent d'une couronne à 05 branches avec la lettre « R », alors que le cube Maggi poulet est terminé par un coq à bec ouvert, une crête se terminant par une pointe et l'insigne d'une

étoile à 04 branches avec la lettre « M » ; que toute personne , lettrée ou non, pourra très facilement les distinguer ;

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

Marque n° 70480
Marque du déposant

Marque n° 58308
Marque de l'opposant



Marque n° 58225
Marque de l'opposant

Attendu que l'information communiquée par l'OAPI à la suite d'une demande de recherche d'antériorité est un renseignement qui ne porte pas atteinte aux droits enregistrés antérieurs des tiers ; qu'en outre, le signe ayant fait l'objet de la recherche d'antériorité « Royal Poulet » signe verbal n'est pas le signe tel que déposé ;

Attendu que du point de vue visuel et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits des mêmes classes 29 et 30, et aux produits similaires des classes 29 et 30 de la marque de l'opposant et 31 de la marque du déposant, pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les marques sous les yeux en même temps,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 70480 de la marque « ROYAL POULET + Logo » formulée par la Société des Produits Nestlé S.A. est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 70480 de la marque « ROYAL POULET + Logo » est radié.

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

Article 4 : La société GLOBAL TRADE INFORMATIONS CONSULTING (G.T.I.C), titulaire de la marque « ROYAL POULET + Logo » n° 70480, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 031/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « ZAKURO & Device » n° 69200

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° 69200 de la marque « ZAKURO & Device » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 11 octobre 2013 par la société GOD IS ABLE Sarl, représentée par le Cabinet SCP GLOBAL AFRICA IP ;

Attendu que la marque « ZAKURO & Device » a été déposée le 30 septembre 2011 par la société FRANCO ASIAN ENTERPRISES SINGAPORE PTE LTD et enregistrée sous le n° 69200 pour les produits de la classe 3, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société GOD IS ABLE Sarl fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque complexe « PURAYA + Vignette » n° 64865 déposée le 14 juin 2010 pour la commercialisation des savons antiseptiques de la classe 3 ; qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « ZAKURO & Device » n° 69200 aux motifs que cette marque est une imitation servile de sa marque antérieure ; qu'elle est de nature à créer un risque de confusion avec cette dernière ; que la comparaison des signes et des produits couverts atteste à suffire que les deux marques sont similaires et par conséquent, leur coexistence sur le marché n'est pas envisageable ;

Que les éléments figuratifs et les graphismes de la marque du déposant sont identiques à ceux de sa marques complexe « PURAYA + Vignette » n° 64865 ; que cette reproduction est de nature à créer un énorme risque de confusion pour les consommateurs qui seront amenés à croire que les deux marques appartiennent à la même entreprise ou à des entreprises liées économiquement ;

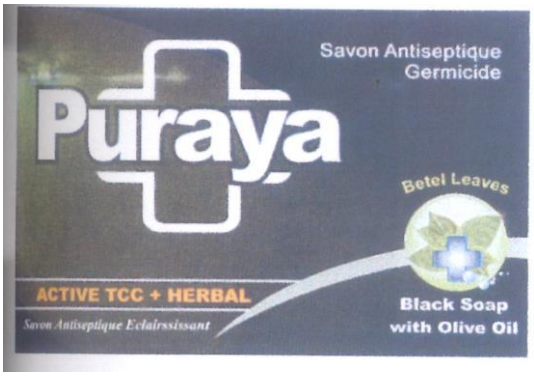
Que le risque de confusion est renforcé par le fait que les deux marques couvrent les produits identiques de la même classe 3 ; qu'aux termes de l'article 3 alinéa (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Qu'il y a lieu de constater que la marque du déposant reproduit à l'identique les signes, les couleurs et les graphismes de sa marque antérieure ; dire et juger que cette ressemblance parfaite crée inéluctablement un risque de confusion et de tromperie pour le public et les milieux commerciaux ; qu'en conséquence, radier l'enregistrement n° 69200 de la marque « ZAKURO & Device » du déposant ;

Attendu que la société FRANCO ASIAN ENTERPRISES SINGAPORE PTE LTD fait valoir dans son mémoire en réponse que l'opposition introduite par la société GOD IS ABLE Sarl n'est pas fondée en son principe ; contrairement aux allégations de l'opposant, l'antériorité de l'usage et du dépôt du signe « ZAKURO » lui revient ; qu'elle est titulaire d'une marque antérieure « ZAKURO » n° 60528 déposée le 12 décembre 2008 pour les produits de la classe 3 ;

Qu'elle a même revendiqué la propriété des marques « PURAYA » déposées frauduleusement par la société GOD IS ABLE ; que vidant sa saisine, l'OAPI a consacré la coexistence des marques « PURAYA » et « ZAKURO » ; que la présente opposition n'est donc pas fondée ;

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



Marque n° 64865
Marque de l'opposant

Marque n° 69200
Marque du déposant

Attendu que l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle et conceptuelle des signes en cause, être fondée

sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle (éléments figuratifs et couleurs) et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre la marque « ZAKURO & Device » n° 69200 du déposant et la marque « PURAYA + Vignette « n° 64865 de l'opposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 3, il existe un 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° 69200 de la marque « ZAKURO & Device » formulée par la société GOD IS ABLE est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69200 de la marque « ZAKURO & Device » est radié.

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

Article 4 : La société FRANCO ASIAN ENTERPRISES SINGAPORE PTE LTD, titulaire de la marque « ZAKURO & Device » n° 69200, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 032/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « ZAKURO & Device » n° 69201

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° 69201 de la marque « ZAKURO & Device » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 11 octobre 2013 par la société GOD IS ABLE Sarl, représentée par le Cabinet SCP GLOBAL AFRICA IP ;

Attendu que la marque « ZAKURO & Device » a été déposée le 30 septembre 2011 par la société FRANCO ASIAN ENTERPRISES SINGAPORE PTE LTD et enregistrée sous le n° 69201 pour les produits de la classe 3, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société GOD IS ABLE Sarl fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque complexe « PURAYA + Vignette » n° 65016 déposée le 27 juillet 2010 pour la commercialisation des savons antiseptiques de la classe 3 ; qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « ZAKURO & Device » n° 69201 aux motifs que cette marque est une imitation servile de sa marque antérieure ; qu'elle est de nature à créer un risque de confusion avec cette dernière ; que la comparaison des signes et des produits couverts atteste à suffire que les deux marques sont similaires et par conséquent, leur coexistence sur le marché n'est pas envisageable ;

Que les éléments figuratifs et les graphismes de la marque du déposant sont identiques à ceux de sa marques complexe « PURAYA + Vignette » n° 65016 ; que cette reproduction est de nature à créer un énorme risque de confusion pour les consommateurs qui seront amenés à croire que les deux marques appartiennent à la même entreprise ou à des entreprises liées économiquement ;

Que le risque de confusion est renforcé par le fait que les deux marques couvrent les produits identiques de la même classe 3 ; qu'aux termes 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 et qui est déjà enregistrée, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Qu'il y a lieu de constater que la marque du déposant reproduit à l'identique les signes, les couleurs et les graphismes de sa marque antérieure ; dire et juger que cette ressemblance parfaite crée inéluctablement un risque de confusion et de tromperie pour le public et les milieux commerciaux ; qu'en conséquence, radier l'enregistrement n° 69201 de la marque « ZAKURO & Device » du déposant ;

Attendu que la société FRANCO ASIAN ENTERPRISES SINGAPORE PTE LTD fait valoir dans son mémoire en réponse que l'opposition introduite par la société GOD IS ABLE Sarl n'est pas fondée en son principe ; contrairement aux allégations de l'opposant, l'antériorité de l'usage et du dépôt du signe « ZAKURO » lui revient ; qu'elle est titulaire d'une marque antérieure « ZAKURO » n° 60528 déposée le 12 décembre 2008 pour les produits de la classe 3 ;

Qu'elle a même revendiqué la propriété des marques « PURAYA » déposées frauduleusement par la société GOD IS ABLE ; que vidant sa saisine, l'OAPI a consacré la coexistence des marques « PURAYA » et « ZAKURO » ; que la présente opposition n'est donc pas fondée ;

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

Marque n° 65016
Marque de l'opposant

Marque n° 69201
Marque du déposant

Attendu que l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle et conceptuelle des signes en cause, être fondée

sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci ; que les éléments figuratifs, les graphismes et les couleurs donnent aux marques des deux titulaires en conflit une impression d'ensemble identique ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle (éléments figuratifs et couleurs) et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre la marque « ZAKURO & Device » n° 69201 du déposant et la marque « PURAYA + Vignette « n° 65016 de l'opposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 3, il existe un 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° 69201 de la marque « ZAKURO & Device » formulée par la société GOD IS ABLE est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69201 de la marque « ZAKURO & Device » est radié.

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

Article 4 : La société FRANCO ASIAN ENTERPRISES SINGAPORE PTE LTD, titulaire de la marque « ZAKURO & Device » n° 69201, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE ★ O.A.P.I. Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 033/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « (Figurative) » n° 68043

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° 68043 de la marque « (Figurative) » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 15 février 2013 par la société DAIMLER AG, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « (Figurative) » a été déposée le 06 juin 2011 par la société SANY GROUP CO. LIMITED et enregistrée sous le n° 68043 dans la classe 07, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société DAIMLER AG fait valoir qu'elle est propriétaire des marques suivantes :

- MERCEDES BENZ Logo n° 04507 déposée le 24 juin 1965 dans les classes 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14 et 16 ;
- Logo MERCEDES n° 60686, déposée le 16 mai 2008 dans les classes 2, 3, 4, 7, 9, 11, 12, 16, 27 et 34 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques, la propriété de celles-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser ses marques en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est également en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à ses marques, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit l'Accord ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement n° 68043 de la marque « (Figurative) » déposée par la société SANY GROUP CO. LIMITED au motif que cette marque

constitue une imitation servile de ses marques et viole ainsi ses droits antérieurs, en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes susceptibles de créer la confusion avec ses marques ; que les marques en conflit sont des marques figuratives ; qu'elles accusent des ressemblances visuelle, graphique et conceptuelle (étoile à trois branches dans un cercle) et (étoile à trois branches dans un cercle) qui les rendent identiques ;

Que l'appréciation globale du risque de confusion doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants ; que dans le cas d'espèce la reproduction est absolument servile ; que les produits commercialisés, sous les deux marques (étoile à trois branches dans un cercle) et (étoile à trois branches dans un cercle) sont identiques dans leur nature, leur utilisation et leur destination ; que leur caractère concurrent est caractérisé, les deux marques étant déposées pour les produits identiques ou similaires de la classe 07 ;

Qu'il y a lieu de constater que ladite marque n'est qu'une reproduction servile de sa marque antérieure, de dire et juger que les marques en conflit ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et par conséquent, radier l'enregistrement n° 68043 qui a été fait en violation des dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Que la susdite société avait déjà effectué, le 15 septembre 2006, le dépôt de la marque « SANY Logo » enregistrée sous le n° 54708 dans les classes 7 et 12 ; que cette marque a été radiée par décision n° 0030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 14/01/2009 ; que la Commission Supérieure de Recours a confirmé cette radiation par décision n° 0135/OAPI/CSR du 12 novembre 2009 ;

Attendu que la société SANY GROUP CO. LIMITED fait valoir dans son mémoire en réponse que prises dans leur ensemble, les marques sont différentes l'une de l'autre et aucune confusion ne peut se produire ; que le droit antérieur est constitué d'une étoile à trois branches dans un cercle, alors que sa marque « (Figurative) » n° 68043 est constituée de trois arcs de cercle avec des bouts fins à chaque extrémité, le tout formant un cercle discontinu ou entrecoupé en trois espaces de trois chiffres arabes « I » identiques dont les têtes sont orientées vers les espaces des arcs de cercle et les queues orientées vers le centre du cercle formant un triangle imparfait original ;

Que s'agissant des produits couverts par les marques en conflit, il faut relever que sa marque couvre en gros des produits différents, par conséquent, il ne saurait avoir un risque de confusion pour des produits différents même s'ils relèvent de la même classe 07 ; que s'agissant des produits coûteux, des produits de luxe ou des produits de santé ou ceux destinés à une clientèle particulière, il y

a lieu de tenir compte, pour apprécier le risque de confusion, du niveau d'attention du consommateur au moment où il se prépare et exerce le choix entre les produits ; que ces produits s'adressent à un public pertinent averti ; qu'il y a lieu de rejeter l'opposition comme étant non fondée ;

Attendu que les marques des deux titulaires en conflit les plus rapprochées se présentent comme suit :

Marque n° 68043
Marque du déposant

Marque n° 60686
Marque de l'opposant

Attendu que l'enregistrement n° 04507 de la marque « MERCEDES BENZ Logo » n'a pas fait l'objet de renouvellement ; que ledit enregistrement ne peut donc pas soutenir la présente opposition ;

Attendu que du point de vue visuel et intellectuel (étoile à trois branches dans un cercle), il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant toutes aux produits identiques ou similaires de la classe 7 commune aux deux marques, 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° 68043 de la marque « (Figurative) » formulée par la société DAIMLER AG est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68043 de la marque « (Figurative) » est radié.

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

Article 4 : La société SANY GROUP CO., LIMITED, titulaire de la marque « (Figurative) » n° 68043, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 034/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « (Figurative) » n° 68051

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° 68051 de la marque « (Figurative) » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 15 février 2013 par la société DAIMLER AG, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « (Figurative) » a été déposée le 07 juin 2011 par la société SANY GROUP CO. LIMITED et enregistrée sous le n° 68051 dans la classe 12, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société DAIMLER AG fait valoir qu'elle est propriétaire des marques suivantes :

- MERCEDES BENZ Logo n° 04507 déposée le 24 juin 1965 dans les classes 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14 et 16 ;
- Logo MERCEDES n° 60686, déposée le 16 mai 2008 dans les classes 2, 3, 4, 7, 9, 11, 12, 16, 27 et 34 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques, la propriété de celles-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser ses marques en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est également en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à ses marques, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit l'Accord ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement n° 68051 de la marque « (Figurative) » déposée par la société SANY GROUP CO. LIMITED au motif que cette marque

constitue une imitation servile de ses marques et viole ainsi ses droits antérieurs, en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes susceptibles de créer la confusion avec ses marques ; que les marques en conflit sont des marques figuratives ; qu'elles accusent des ressemblances visuelle, graphique et conceptuelle (étoile à trois branches dans un cercle) et (étoile à trois branches dans un cercle) qui les rendent identiques ;

Que l'appréciation globale du risque de confusion doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants ; que dans le cas d'espèce la reproduction est absolument servile ; que les produits commercialisés, sous les deux marques (étoile à trois branches dans un cercle) et (étoile à trois branches dans un cercle) sont identiques dans leur nature, leur utilisation et leur destination ; que leur caractère concurrent est caractérisé, les deux marques étant déposées pour des produits identiques et similaires de la classe 12 ;

Qu'il y a lieu de constater que ladite marque n'est qu'une reproduction servile de sa marque antérieure, de dire et juger que les marques en conflit ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et par conséquent, radier l'enregistrement n° 68051 qui a été fait en violation des dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Que la susdite société avait déjà effectué, le 15 septembre 2006, le dépôt de la marque « SANY Logo » enregistrée sous le n° 54708 dans les classes 7 et 12 ; que cette marque a été radiée par décision n° 0030/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 14/01/2009 ; que la Commission Supérieure de Recours a confirmé cette radiation par décision n° 0135/OAPI/CSR du 12 novembre 2009 ;

Attendu que la société SANY GROUP CO. LIMITED fait valoir dans son mémoire en réponse que prises dans leur ensemble, les marques sont différentes l'une de l'autre et aucune confusion ne peut se produire ; que le droit antérieur est constitué d'une étoile à trois branches dans un cercle, alors que sa marque «(Figurative) » n° 68051 est constituée de trois arcs de cercle avec des bouts fins à chaque extrémité, le tout formant un cercle discontinu ou entrecoupé en trois espaces de trois chiffres arabes « I » identiques dont les têtes sont orientées vers les espaces des arcs de cercle et les queues orientées vers le centre du cercle formant un triangle imparfait original ;

Que s'agissant des produits couverts par les marques en conflit, il faut relever que sa marque couvre en gros des produits différents, par conséquent, il ne saurait avoir un risque de confusion pour des produits différents même s'ils relèvent de la même classe 12 ; que les seuls produits communs aux marques des

deux titulaires sont les véhicules et leurs parties constitutives ; qu'il n'y a donc pas identité des produits ;

Que s'agissant des produits coûteux, des produits de luxe ou des produits de santé ou ceux destinés à une clientèle particulière, il y a lieu de tenir compte, pour apprécier le risque de confusion, du niveau d'attention du consommateur au moment où il se prépare et exerce le choix entre les produits ; que ces produits s'adressent à un public pertinent averti ; qu'il y a lieu de rejeter l'opposition comme étant non fondée ;

Attendu que les marques les plus rapprochées des deux titulaires en conflit se présentent comme suit :

Marque n° 68051
Marque du déposant

Marque n° 60686
Marque de l'opposant

Attendu que l'enregistrement n° 04507 de la marque « MERCEDES BENZ Logo » n'a pas fait l'objet de renouvellement ; que ledit enregistrement ne peut donc pas soutenir la présente opposition ;

Attendu que du point de vue visuel et intellectuel (étoile à trois branches dans un cercle), il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant toutes aux produits identiques ou similaires de la classe 12 commune aux deux marques, 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° 68051 de la marque « (Figurative) » formulée par la société DAIMLER AG est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68051 de la marque « (Figurative) » est radié.

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

Article 4 : La société SANY GROUP CO., LIMITED, titulaire de la marque « (Figurative) » n° 68051, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 035/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « ABRO 1000 + Logo » n° 68248

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° 68248 de la marque « ABRO 1000 + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par la société ABRO INDUSTRIES INC., représentée par le Cabinet SCP GLOBAL AFRICA IP ;

Vu la lettre n° 01712/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 19 juin 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « ABRO 1000 + Logo » n° 68248 ;

Attendu que la marque « ABRO 1000 + Logo » a été déposée le 05 septembre 2011 par la société HUNAN MAGIC POWER INDUSTRIAL Co. LTD et enregistrée sous le n° 68248 dans les classes 1, 16 et 17, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société ABRO INDUSTRIES INC. fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque complexe « ABRO + Vignette » n° 46888 déposée le 5 octobre 2001 en classes 1, 2, 3, 4, 16 et 17 ; que cet enregistrement est encore en vigueur suite au renouvellement intervenu en 2011 ; que par ce dépôt, elle dispose d'un droit de propriété exclusif sur le terme « ABRO » ; que ce droit s'étend non seulement sur le terme en lui-même, mais aussi sur tout terme qui lui ressemble conformément à l'article 7 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Qu'elle a le droit d'utiliser sa marque en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à sa marque, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public ;

Que l'enregistrement de la marque complexe « ABRO 1000 + Logo » n° 68248, pour des produits identiques ou similaires des classes 1, 16 et 17 constitue une atteinte à ses droits antérieurs ; que cette marque est une reproduction servile de sa marque, en ce qu'elle présente de nombreuses similitudes visuelle et phonétique avec cette dernière, susceptibles de créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne ;

Que du point de vue visuel, la marque du déposant reprend à l'identique sa marque ; que du point de vue phonétique, les deux marques se prononcent de la même façon ; que le risque de confusion est renforcé par le fait qu'elles couvrent toutes les produits identiques ou similaires des classes 1, 16 et 17 communes aux deux marques et la confusion est inévitable ; que conformément à l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, elle sollicite la radiation de la marque « ABRO 1000 + Logo » n° 68248 du déposant ;

Attendu que la société HUNAN MAGIC POWER INDUSTRIAL Co. LTD n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société ABRO INDUSTRIES INC. ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68248 de la marque « ABRO 1000 + Logo » formulée par la société ABRO INDUSTRIES INC. est reçue en à la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68248 de la marque « ABRO 1000 + Logo » est radié.

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

Article 4 : la société HUNAN MAGIC POWER INDUSTRIES Co LTD, titulaires de la marque « ABRO 1000 + Logo » n° 68248, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 036/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » n° 68518

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° 68518 de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par la société SEBAGO INTERNATIONAL LIMITED, représentée par le Cabinet NICO HALLE & CO. LAW FIRM ;

Vu la lettre n° 01714/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 19 juin 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » n° 68518 ;

Attendu que la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » a été déposée le 19 juillet 2011 par Monsieur LIU DA HAI et enregistrée sous le n° 68518 pour les produits de la classe 25, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société SEBAGO INTERNATIONAL LIMITED fait valoir, qu'elle est titulaire des marques :

- DOCKSIDES n° 37571 déposée le 21 mars 1997 dans les classes 18 et 25 ;
- SEBAGO n° 37573 déposée le 21 mars 1997 dans les classes 18 et 25 ;
- SEBAGO n° 69635 déposée le 28 novembre 2011 dans les classes 18 et 25.

Que ces enregistrements sont encore en vigueur, suite aux renouvellements intervenus en 2007 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques, la propriété de celles-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1er

de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle dispose d'un droit exclusif d'utiliser ses marques ou un signe leur ressemblant pour les produits pour lesquels elles ont été enregistrées ou pour les produits similaires ; qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher les tiers agissant sans son consentement de faire usage de signes identiques ou similaires à ses marques dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion conformément à l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que Monsieur LIU DA HAI a déposé la demande d'enregistrement de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » n° 68518 pour commercialiser les mêmes produits de la classe 25 ; que cette marque constitue une imitation servile de ses marques et viole les droits antérieurs lui appartenant en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec ses marques susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que du point de vue visuel et phonétique, il existe un risque de confusion entre les marques prises dans leur ensemble ; que la marque contestée incorpore les termes « SEBAGO » et « DOCKSIDES » qui sont ses marques ; que l'adjonction du terme descriptif « AUTHENTIC » au début de la marque contestée ne diminue pas ce risque de confusion qui se trouve renforcé par le fait que les marques couvrent les produits identiques de la même classe 25 ; que la coexistence n'est pas par conséquent envisageable en l'espèce ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) et (d) 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 et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour les produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; ou si elle est susceptible d'induire en erreur le public ou les milieux commerciaux notamment sur l'origine géographique, la nature ou les caractéristiques des produits considérés ;

Attendu que Monsieur LIU DA HAI n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société SEBAGO INTERNATIONAL LIMITED ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68518 de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » formulée par la société SEBAGO INTERNATIONAL LIMITED est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68518 de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » est radié.

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

Article 4 : Monsieur LIU DA HAI, titulaire de la marque « AUTHENTIC SEBAGO DOCKSIDES » n° 68518, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 037/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « BELLA + Logo » n° 68529

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° 68529 de la marque « BELLA + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 14 février 2013 par la société ACACIA TRADING INTERNATIONAL LIMITED, représentée par le Cabinet JING & Partners ;

Vu la lettre n° 0756/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 08 mars 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « BELLA + Logo » n° 68529;

Attendu que la marque « BELLA + Logo » a été déposée le 28 juin 2011 par la SOCIETE DE DISTRIBUTION DE TOUTES MARCHANDISES EN CÔTE D'IVOIRE (SDTM-CI) et enregistrée sous le n° 68529 dans les classes 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société ACACIA TRADING INTERNATIONAL LIMITED fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « BELLA + Logo » n° 65493 déposée le 13 août 2010 dans les classes 29 et 30 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser sa marque en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à sa marque, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que la marque du déposant est une reproduction à l'identique, une imitation servile de sa marque antérieure et viole ainsi ses droits en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ; que les signes en présence ont le même nombre de lettres et portent sur le même nom ayant la même prononciation phonétique ainsi que les mêmes dessins et couleurs ; que les produits vendus sous ces deux marques visent un même public pertinent de l'espace OAPI ;

Que les deux marques ont été déposées pour couvrir les produits identiques ou similaires des classes 29 et 30 ; que ces produits sont commercialisés sur le même territoire et auprès des mêmes consommateurs ; que la parfaite similitude des classes et des produits étant évidente, la marque du déposant est de nature à induire dans l'esprit du consommateur une confusion laissant croire que ces produits proviennent d'une même entreprise ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; qu'en cas d'usage d'un signe identique pour des produits et services identiques, un risque de confusion est présumé exister comme le prévoit l'article 7 (2) de l'Annexe III dudit Accord ; qu'il y a lieu de radier la marque « BELLA + Logo » n° 68529 du déposant ;

Attendu que la société SOCIETE DE DISTRIBUTION DE TOUTES MARCHANDISES EN CÔTE D'IVOIRE (SDTM-CI) n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société ACACIA TRADING INTERNATIONAL LIMITED ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68529 de la marque « BELLA + Logo » formulée par la société ACACIA TRADING INTERNATIONAL LIMITED est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68529 de la marque « BELLA + Logo » est radié.

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

Article 4 : La SOCIETE DE DISTRIBUTION DE TOUTES MARCHANDISES EN CÔTE D'IVOIRE (SDTM-CI), titulaire de la marque « BELLA + Logo » n° 68529, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 038/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « BON BON + Logo » n° 68790

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° 68790 de la marque « BON BON + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par la société COLOMBINA S.A, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Vu la lettre n° 01706/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 19 juin 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « BON BON + Logo » n° 68790 ;

Attendu que la marque « BON BON + Logo » a été déposée le 10 août 2011 par les Etablissements ANCHOR INTERNATIONAL et enregistrée sous le n° 68790 dans la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société COLOMBINA S.A fait valoir, qu'elle est propriétaire des marques :

- BON BON BUM n° 53933 déposée le 02 mai 2006 dans la classe 30 ;
- BON BON BUM & Device n° 65317 déposée le 21 janvier 2010 dans la classe 30 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques, la propriété de celles-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser ses marques en rapport avec les produits couverts par les enregistrements, et qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à ses

marques, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que les Etablissements ANCHOR INTERNATIONAL ont déposé la marque « BON BON + Logo » n° 68790 pour la commercialisation des mêmes produits de la classe 30 ; que cette marque est une imitation servile de ses marques antérieures et viole ainsi ses droits en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec ces dernières susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ;

Que du point de vue phonétique les marques se prononcent quasiment de la même façon ; que les produits commercialisés sous les deux marques sont identiques par leur nature, leur utilisation et leur destination et sont commercialisés sur le même territoire auprès des mêmes consommateurs ; que la parfaite similitude des signes et des produits étant évidente, que la marque seconde est de nature à induire une confusion dans l'esprit du consommateur, en laissant croire que les produits vendus sous ces marques proviennent d'une même entreprise ; que la coexistence des marques n'est donc pas envisageable ; qu'il y a lieu de radier la marque « BON BON + Logo » n° 68790 du déposant ;

Attendu que les Etablissements ANCHOR INTERNATIONAL n'ont pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société COLOMBINA S.A ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68790 de la marque « BON BON + Logo » formulée par la société COLOMBINA S.A est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68790 de la marque « BON BON + Logo » est radié.

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

Article 4 : Les Etablissements ANCHOR INTERNATIONAL, titulaires de la marque « BON BON + Logo » n° 68790, disposent 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 039/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation partielle de l'enregistrement de la marque « CHICAGO BULLS & Device » n° 69042

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° 69042 de la marque « CHICAGO BULLS & Device » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 30 octobre 2013 par la société MEDI plus TEC Medizinisch-Technische Handelsgesllschaft mbH, représenté par le Cabinet ALPHINOOR & Co ;

Attendu que la marque « CHICAGO BULLS & Device » a été déposée le 14 septembre 2011 par la société NBA PROPERTIES INC et enregistrée sous le n° 69042 dans les classes 25 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société MEDI plus TEC Medizinisch-Technische Handelsgesllschaft mbH fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque « Figurative » n° 64137 déposée le 17 mars 2010 dans les classes 25 et 32 ; que cette marque n'est ni d'un usage étendu dans le domaine indiqué et parfaitement valable pour désigner les produits des classes 25 et 32 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle dispose d'un droit exclusif d'utiliser sa marque ou un signe lui ressemblant pour les produits pour lesquels elles a été enregistrée, ainsi que pour les produits similaires ; qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher les tiers agissant sans son consentement de faire usage de signes identiques ou similaires à sa marque dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion conformément à l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que la marque « CHICAGO BULLS & Device » n° 69042 a été déposée pour les mêmes produits des classes 25 et 32, que cette marque constitue une atteinte indiscutable à ses droits ; que prises dans leur ensemble, les deux marques sont constituées d'une partie figurative offrant une quasi-identité conceptuelle et visuelle, ce qui est de nature à créer une confusion pour la clientèle d'attention moyenne qui n'a pas les deux marque simultanément sous les yeux ;

Que du point de vue conceptuel, les marques « Figurative » n° 64137 et « CHICAGO BULLS & Device » n° 69042 ont une même construction, constituées d'une tête de zébu qui est l'élément dominant de chacune des marques, ce qui entraîne un risque d'association ; que visuellement elles se présentent de la même manière et la similitude est établie à juste titre ; que le risque de confusion est renforcé par la connaissance de sa marque antérieure sur le marché ; que l'examen global des deux marques montrent un grand nombre de ressemblances et peu de différences et la confusion peut se produire dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une autre marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; qu'il y a lieu de considérer que l'enregistrement n° 69042 de la marque « CHICAGO BULLS & Device » constitue une atteinte à ses droits et de la radier des registres ;

Attendu que la société NBA PROPERTIES INC fait valoir dans son mémoire en réponse qu'il existe entre les deux marques des dissemblances visuelle et phonétique qui les rendent différentes ; que du point de vue phonétique, « CHICAGO BULLS » et « POWER HORN » ne se prononcent pas de la même façon ; que la vignette de sa marque diffère également de celle de l'opposant en ce que sa marque est représentée par une tête de buffle gras au milieu des courtes cornes duquel se trouve inscrit le nom de la marque ; que la marque de l'opposant quant à elle est une tête de zébu maigre avec de longues cornes crochues ; qu'il ne peut donc pas avoir de risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui distingue aisément les deux marques ;

Que s'agissant des produits couverts, CHICAGO BULLS est spécialisée dans les article de sport (maillots, tennis, ballons de basket, etc…) et est le nom de l'une des célèbres équipes masculines de NBA aux Etats-Unis d'Amérique : « LES CHICAGO BULLS » ; qu'il s'agit en outre, d'une marque notoire dans le monde entier ; qu'elle ne peut pas être une contrefaçon de l'enregistrement n°

64137 de la marque « Figurative » de l'opposant ; qu'il convient de rejeter l'opposition comme étant non fondée ;

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

Marque n° 64137	Marque n° 69042
Marque de l'opposant	Marque du déposant

Attendu qu'il ressort des dispositions de l'article 6 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui que la notoriété de la marque en peut être invoquée que devant les tribunaux ;

Attendu que la classe 32 de la marque « Figurative » n° 64137 de l'opposant a été radiée, par décision n° 0075/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 25 juin 2013 ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits de la même classe 25, 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,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 69042 de la marque « CHICAGO BULLS & Device » formulée par la société MEDI plus TEC Medizinisch-Technische Handelsgesllschaft mbH est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69042 de la marque « CHICAGO BULLS & Device » est partiellement radié en classe 25.

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

Article 4 : la société NBA PROPERTIES INC, titulaire de la marque « CHICAGO BULLS & Device» n° 69042, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 040/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « CREMY » n° 70077

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° 70077 de la marque « CREMY » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 25 juin 2013 par la société AFRICA BUSINESS COMPANY, représentée par Me FOUDA Thomas;

Vu la lettre n° 2102/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ/NNG du 11 juillet 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « CREMY » n° 70077 ;

Attendu que la marque « CREMY » a été déposée le 21 novembre 2011 par la société H.H WAYZANI Sarl et enregistrée sous le n° 70077 dans la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 3/2012 paru le 06 juin 2013 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société AFRICA BUSINESS COMPANY fait valoir, qu'elle est titulaire de la marque « DEEMAH CREAMY POP + Vignette » n° 63999 déposée le 04 mars 2010 pour commercialiser les produits relevant de la classe 30 ;

Que la société H.H WAYZANI Sarl a déposé la demande d'enregistrement de la marque « CREMY » n° 70077 dans la classe 30, pour commercialiser les mêmes produits ; que cette marque est une imitation servile de sa marque et viole les droits enregistrés antérieurs à son profit ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'annexe III dudit Accord, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est enregistrée, 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 les deux marques en conflit ont quasiment le même élément verbal dominant « CREAMY » et « CREMY » ; qu'elles ont été déposées pour couvrir des produits identiques ou similaires de la même classe 30 ; que ceci est de nature à créer un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne sur l'origine des produits ; qu'il y a lieu de dire et juger que les deux marques ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et de radier l'enregistrement n° 70077 de la marque « CREMY » pour atteinte à ses droits antérieurs ;

Attendu que la société H.H WAYZANI Sarl n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société AFRICA BUSINESS COMPANY ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicable,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 70077 de la marque « CREMY » formulée par la société AFRICA BUSINESS COMPANY est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 70077 de la marque « CREMY » est radié.

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

Article 4 : La société H.H WAYZANI Sarl, titulaire de la marque « CREMY » n° 70077, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 041/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « DAYUN » n° 67783

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° 67783 de la marque « DAYUN » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 28 février 2013 par la société GUANGZHOU RED SUN CAR ACCESSORIES CO. LTD, représentée par le Cabinet PATIMARK LLP ;

Attendu que la marque « DAYUN » a été déposée le 28 avril 2011 par la société BUSINESS AFRICA CENTER Sarl et enregistrée sous le n° 67783 pour les produits de la classe 12, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société GUANGZHOU RED SUN CAR ACCESSORIES CO. LTD fait valoir, qu'elle est titulaire de la marque « DAYUN + Vignette » n° 51613 déposée le 15 avril 2005 pour commercialiser les produits relevant de la classe 12 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser sa marque en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par les 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 ;

Que la société BUSINESS AFRICA CENTER Sarl a déposé la même marque « DAYUN » pour commercialiser les mêmes produits de la classe 12 ; que cette marque constitue une reproduction à l'identique de sa marque et viole les droits antérieurs lui appartenant, en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, les marques « DAYUN » n° 67783 et « DAYUN + Vignette » N° 51613 sont similaires ; qu'elles ne diffèrent point par leurs graphismes, ni par leur appellation verbale ; que la contrefaçon d'une marque s'apprécie au regard non des différences, mais des ressemblances et de l'impression d'ensemble dégagée par les signes en conflit ; que le risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne sur l'origine des produits est évident étant donné que les deux marques ont été déposées pour couvrir des produits identiques ou similaires de la même classe 12 ;

Que conformément aux dispositions 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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

Attendu que la société AFRICA BUSINESS CENTER Sarl fait valoir dans son mémoire en réponse que si les deux marques sont vraisemblablement similaires à certains égards, elles couvent des produits différents de la même classe 12 ; qu'en comparant les deux listes des produits dans l'acte d'enregistrement de chacune des marques en conflit, il ressort clairement que les produits désignés sont communs en matière de « véhicules et d'appareils de locomotion par terre » ; que la marque antérieure ne couvre pas les produits de la classe 12 comme les « appareils de locomotion par air ou par eau » tels que libellés dans la demande d'enregistrement de sa marque « DAYUN » n° 67783 ;

Que « les appareils de locomotion par air ou par eau » ne sont pas identiques, ni similaires aux « appareils de locomotion par terre » ; qu'en raison du principe de la spécialité, la demande de radiation pure et simple de sa marque querellée est non fondée ;

Attendu que du point de vue visuel et phonétique (DAYUN + écritures Chinoises d'une part et DAYUN d'autre part), il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant toutes aux produits identiques ou similaires de la même classe 12, 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° 67783 de la marque « DAYUN » formulée par la société GUANGZHOU RED SUN CAR ACCESSORIES CO. LTD est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 67783 de la marque « DAYUN » est radié.

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

Article 4 : La société BUSINESS AFRICA CENTER Sarl, titulaire de la marque « DAYUN » n° 67783 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 042/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « DEEMAH + Logo » n° 70194

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° 70194 de la marque « DEEMAH + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 25 juin 2013 par la société A.B.C AFRICA BUSINESS COMPANY, représentée par Maître FOUDA Thomas;

Attendu que la marque « DEEMAH + Logo » a été déposée le 30 juin 2012 par la société UNITED FOOD INDUSTRIES CORP. LIMITED Co et enregistrée sous le n° 70194 pour les produits des classes 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 3/2012 paru le 06 juin 2013 ;

Attendu que la société A.B.C AFRICA BUSINESS COMPANY fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est propriétaire de la marque « DEEMAH (Logo) » n° 63998, déposée le 04 mars 2010 pour les produits de la classe 30 ; que par ce dépôt, elle dispose d'un droit de propriété exclusif sur sa marque conformément à l'article 7 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que ce droit s'étend non seulement sur la marque telle qu'elle est déposée, mais aussi sur tout autre marque identique ou similaire couvrant des produits identiques ou similaires ;

Que la marque « DEEMAH + Logo » n° 70194 constitue une atteinte à ses droits enregistrés antérieurs ; que cette marque a le même élément verbal dominant « DEEMAH » que sa marque ; que les deux marques ont été déposées pour couvrir des produits alimentaires ; que ces produits sont identiques ou similaires et sont vendus côte à côte dans les mêmes rayons de telle sorte que les consommateurs leur attribueront une même origine ; alors qu'il n'en est rien ;

Que du point de vue visuel, les éléments figuratifs des deux marques se ressemblent au point où il n'est pas possible de distinguer l'une de l'autre ; que conformément à l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

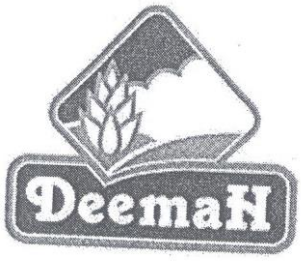
Qu'il y a lieu de faire droit à l'opposition et de radier la marque seconde au motif que la quasi-identité des signes et des produits est susceptible de créer un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux en même temps ;

Attendu que la société UNITED FOOD INDUSTRIES CORP. LTD Co fait valoir dans son mémoire en réponse qu'elle est le propriétaire légitime des marques « DEEMAH Logo & Device en caractère arabe» et « DEEMAH Logo & Device en anglais » dans plusieurs pays du monde ;

Que par certificat daté du 27 octobre 2009 signé par les deux parties, elle a désigné l'opposant comme importateur et distributeur exclusif des produits vendus sous ses marques « DEEMAH » au Cameroun, durant une période d'un an, à compter du 1er novembre 2009 ; que l'enregistrement n° 63998 qui fonde l'opposition a été fait de mauvaise foi ; qu'elle entend saisir les tribunaux de l'ordre judiciaire d'une action en nullité dudit enregistrement fait en fraude de ses droits ;

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

Marque n° 63998
Marque de l'opposant



Marque n° 70194
Marque du déposant

Attendu que du point de vue visuel et phonétique, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques ou similaires des classes 29, 30 et 32, 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° 70194 de la marque « DEEMAH + Logo » formulée par la société A.B.C AFRICA BUSINESS COMPANY est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 70194 de la marque « DEEMAH + Logo » est radié.

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

Article 4 : La société UNITED FOOD INDUSTRIES CORP. LTD Co, titulaire de la marque « DEEMAH + Logo » n° 70194, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 043/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « DELICE + Logo » n° 68707

LE DIRECTEUR GENERAL
DE L'ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

Vu l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 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° 68707 de la marque « DELICE + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « DELICE + Logo » a été déposée le 02 août 2011 par la société Entreprise Territoire et Développement - ETD et enregistrée sous le n° 68707 dans les classes 29 et 30, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « DELICIO + Dessin » n° 66958, déposée le 03 novembre 2009 dans les classes 29 et 30 ; qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « DELICE + Logo » n° 68707, au motif que cette marque est une imitation de sa marque antérieure ; qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec sa marque susceptibles de créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne ;

Que les deux marques en conflit sont des marques semi-figuratives ; qu'elles se prononcent quasiment de la même façon, avec des syllabes d'attaque « **DELIC**E » contre « **DELIC**IO » qui sont identiques ; que l'élément distinctif des deux marques étant « DELICE », il existe un risque élevé de confusion entre celles-ci ; que l'utilisation de mots supplémentaires et la présence des éléments figuratifs sur les deux signes ne sont pas suffisantes pour supprimer ce risque de confusion ;

Que les deux marques ont été déposées pour les produits identiques ou similaires des classes 29 et 30 ; que ces produits sont commercialisés sur le même territoire et auprès des mêmes consommateurs ; qu'à la similitude des signes en présence, s'ajoute la quasi-identité des produits couverts, ce qui renforce le risque de confusion et empêche la coexistence des deux marques sur le marché ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

Attendu que la société Entreprise Territoire et Développement -ETD fait valoir dans son mémoire en réponse, qu'elle est une Association qui fait la promotion et la diffusion de dispositifs d'accès aux marchés pour les producteurs dénommés ESOP (Entreprises de Services et Organisation de Producteurs) ayant pour objectifs de transformer et de commercialiser les produits locaux notamment le riz au Togo et au Bénin, afin de garantir des débouchés stables et rémunérateurs aux producteurs des deux pays, leur permettant ainsi d'augmenter durablement leur revenu ;

Que sa marque a vu le jour depuis 2005 et le processus d'enregistrement a démarré après une recherche d'antériorité (marque similaire) qui a été faite en 2007 au niveau de l'OAPI afin d'éviter des doublons ; que suite à la conclusion positive de ladite recherche d'antériorité, sa marque a été retravaillée, ensuite déposée en 2011 ;

Que du point de vue visuel, phonétique ou graphique, sa marque « DELICE + Logo » n° 68707 ne ressemble pas à la marque antérieure de l'opposant, de telle sorte qu'il n'existe aucun risque de confusion entre les deux marques ; qu'il y a lieu de rejeter purement et simplement l'opposition comme étant non fondée et d'admettre la coexistence des deux marques sur le marché ;

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

Marque n° 66958
Marque de l'opposant

Marque n° 68707
Marque du déposant

Attendu que l'information communiquée par l'OAPI à la suite d'une demande de recherche d'antériorité est un renseignement qui ne porte pas atteinte aux droits enregistrés antérieurs des tiers ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle (les couleurs), phonétique (DELICIO) d'une part et (DELICE) d'autre part, et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques des mêmes classes 29 et 30, 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° 68707 de la marque « DELICE + Logo » formulée par la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68707 de la marque « DELICE + Logo » est radié.

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

Article 4 : La société Entreprise Territoire et Développement -ETD, titulaire de la marque « DELICE + Logo » n° 68707, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 044/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « DELICIO'S + Logo » n° 68825

LE DIRECTEUR GENERAL
DE L'ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

Vu l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 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° 68825 de la marque « DELICIO'S + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « DELICIO'S + Logo » a été déposée le 19 août 2011 par la société DFP LTD (Dry Food Processing Ltd) et enregistrée sous le n° 68825 dans la classe 29, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « DELICIO + Dessin » n° 66958, déposée le 03 novembre 2009 dans les classes 29 et 30 ; qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « DELICIO'S + Logo » n° 68825, au motif que cette marque est une imitation servile de sa marque antérieure et viole ses droits en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec sa marque susceptibles de créer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne ;

Que les deux marques en conflit sont des marques complexes ; qu'elles se prononcent quasiment de la même façon, avec des syllabes d'attaque « **DELIC**E » contre « **DELIC**IO » qui sont dominantes et identiques ; que l'élément distinctif des deux marques étant « DELICE », il existe un risque élevé de confusion entre celles-ci ; que la contrefaçon d'une marque s'apprécie au regard non pas des différences mais des ressemblances et de l'impression

d'ensemble dégagée par les signes en conflit ; qu'il existe dès lors un grand risque de confusion entre les deux marques, les éléments figuratifs étant négligeables pour supprimer ce risque de confusion ;

Que les deux marques ont été déposées pour les produits de la classe 29 ; que ces produits sont commercialisés sur le même territoire et auprès des mêmes consommateurs ; qu'à la similitude des signes en présence, s'ajoute l'identité des produits couverts, ce qui renforce le risque de confusion et empêche la coexistence des deux marques sur le marché ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

Attendu que la société DFP LTD (Dry Food Processing Ltd) fait valoir dans son mémoire en réponse, qu'elle est titulaire de la marque « DELICIO'S (Logo) » n° 51760 déposée le 13 mai 2005 dans la classe 30 ; que cet enregistrement est antérieur à la marque « DELICIO + Dessin » n° 66958 sur lequel l'opposant fonde son opposition ; que conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la propriété de cette marque lui revient ; que la marque contestée n'est qu'un nouveau dépôt de l'enregistrement n° 51760 résultant d'une extension progressive de ses activités ; qu'il y a lieu de constater que les enregistrements n° 51760 et n° 66958 ont longtemps coexisté sur le territoire des Etats membres de l'OAPI sans risque de confusion ;

Que bien plus, du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, il n'existe pas de risque de confusion entre les marques en conflit prises dans leur ensemble, se rapportant aux mêmes produits ; que le terme « délicio's » ou « délicieux » est un terme générique pour désigner la qualité des produits relevant du secteur de la restauration, qu'il y a lieu de rejeter purement et simplement l'opposition ;

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

Marque n° 66958
Marque de l'opposant

Marque n° 68825
Marque du déposant

Attendu que DFP LTD (Dry Food Processing Ltd) est titulaire d'un droit antérieur à celui de la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC encore valable sur la marque « DELICIO'S (Logo) » pour les produits similaires de la classe 29, résultant d'un dépôt effectué le 13 mai 2005 dans la classe 30 et enregistré sous n° 51760 ; que les marques des deux titulaires ont par conséquent coexisté depuis le 03 novembre 2009,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68825 de la marque « DELICIO'S + Logo » formulée par la société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 68825 de la marque « DELICIO'S + Logo) » est rejetée.

Article 4 : La société Ali & Abdul Karim Trading Co (AATCO) LLC 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE ★ O.A.P.I. Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 045/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation partielle de l'enregistrement de la marque « DURABONG + Logo » n° 68618

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° 68618 de la marque « DURABONG + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 24 mai 2013 par la société FORESTALI S.R.L, représentée par le Cabinet d'Avocats Henri JOB;

Vu la lettre n° 01713/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ/NNG du 19 juin 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « DURABONG + Logo » n° 68618 ;

Attendu que la marque « DURABONG + Logo » a été déposée le 14 juillet 2011 par Messieurs Elhadj Abdoulaye DIALLO et Mamadou BARRY et enregistrée sous le n° 68618 dans les classes 1 et 16, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société FORESTALI S.R.L fait valoir, qu'elle est titulaire de la marque « DURABOND » n° 35614 déposée le 20 octobre 1995 dans les classes 1, 2 et 24 ; que cet enregistrement est encore en vigueur, suite au renouvellement intervenu en 2005 ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit exclusif d'utiliser sa marque « DURABOND » ou un signe lui ressemblant en rapport avec les produits pour lesquels elle a été enregistrée ainsi que pour les produits similaires ;

Qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher les tiers agissant sans son consentement de faire usage de signes identiques ou similaires à sa marque, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Qu'aux termes de l'article 3 (b) de l'annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une autre marque appartenant à un autre titulaire et qui est enregistrée, 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 la marque du déposant comporte un élément verbal « DURABOND » qui est identique à sa marque ; que cette identité des éléments verbaux des deux signes comporte un fort risque de confusion ou de tromperie, ce qui est de toute évidence susceptible d'induire en erreur le consommateur d'attention moyenne; que le risque de confusion est renforcé par le fait que les deux marques ont été déposées en classe 01 pour couvrir les adhésifs (matières collantes) ;

Que la marque du déposant a été également déposée en classe 16 pour couvrit les adhésifs (matières collantes) qu'il existe à ce niveau identité de produits couverts par les deux marques ; que cette identité de produits couverts a pour conséquence d'accentuer le risque de confusion sur l'origine des produits et par ricochet d'empêcher la coexistence sur le marché ;

Que les déposants sont clients de la société FORESTALI S.R.L ; que c'est dans ce cadre qu'ils ont souvent acheté d'importantes quantités de produits « DURABOND » ; que ces derniers sont par conséquent de mauvaise foi ; que la fraude corrompant tout, il y a lieu de radier purement et simplement l'enregistrement n° 68618 ;

Attendu que Messieurs El Hadj Abdoulaye DIALLO et Mamadou BARRY n'ont pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société FORESTALI S.R.L ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables ;

Mais attendu que les produits désignés dans la classe 16 par la marque du déposant ne sont pas identiques, ni similaires à ceux d la classe 01 de la marque de l'opposant,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68618 de la marque « DURABONG + Logo » formulée par la société FORESTALI S.R.L est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68618 de la marque « DURABONG + Logo » est partiellement radié en classe 01.

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

Article 4 : Messieurs Elhadj Abdoulaye DIALLO et Mamadou BARRY, titulaires de la marque « DURABONG + Logo » n° 68618, disposent 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 046/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « EUROLUX » n° 68338

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° 68338 de la marque « EUROLUX » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par les Etablissements WEBER TRADING, représentés par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « EUROLUX » a été déposée le 15 juin 2011 par la société EUROLUX (PTY) LIMITED et enregistrée sous le n° 68338 dans la classe 11, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de leur opposition, les Etablissements WEBER TRADING font valoir, qu'ils sont propriétaires de la marque « EUROLUX » n° 63593, déposée le 14 janvier 2010 dans les classes 09 et 11, pour commercialiser entre autres produits les « appareils d'éclairages, de chauffage, de production de vapeur… » de la classe 11 ;

Qu'ils s'opposent à l'enregistrement de la marque « EUROLUX » n° 68338 déposée le 15 juin 2011 pour la commercialisation des mêmes produits de la classe 11, au motif que cette marque est une reproduction servile de leur marque et viole ainsi les droits enregistrés antérieurs leur appartenant, en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec cette dernière susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que les deux marques sont des marques verbales ; que du point de vue phonétique, elles ont le même élément verbal « EUROLUX » ; qu'elles ont été déposées pour des produits identiques ou similaires de la même classe 11 ; que

ces produits, de par leur nature, leur utilisation et leur destination, s'adressent à la même clientèle et seront commercialisés sur le même territoire, ce qui a pour conséquence d'accentuer le risque de confusion sur l'origine des produits et partant d'empêcher la coexistence sur le marché ;

Qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 l'article 7 (2) de l'Annexe III dudit Accord prévoit qu'en cas d'usage d'un signe identique pour les mêmes produits, un risque de confusion est présumé exister et la marque seconde doit être radiée ; qu'il y a lieu de dire et juger que les deux marques ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et de radier l'enregistrement n° 68338 de la marque « EUROLUX » appartenant à la société EUROLUX (PTY) LIMITED ;

Attendu que la société EUROLUX (PTY) LIMITED Sarl fait valoir dans son mémoire en réponse qu'il ressort de l'analyse des marques en conflit que « EUROLUX » est le nom commercial du déposant ; que l'article 7 (3) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui dispose que : « l'enregistrement d'une marque ne confère pas à son titulaire le droit d'interdire aux tiers l'usage de bonne foi de leur nom, de leur adresse, d'un pseudonyme, d'un nom géographique, ou indications exactes relatives à l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, le lieu d'origine ou l'époque de la production de leurs produits ou de la présentation de leurs services, pour autant qu'il s'agisse d'un usage limité à des fins de simple identification ou d'information et qui ne puisse induire le public en erreur sur la provenance des produits ou services… »

Qu'il y a lieu de recevoir ses arguments en réplique et de déclarer non fondée l'opposition formulée par les Etablissements WEBER TRADING ;

Attendu que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques de la même classe 11, 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° 68338 de la marque « EUROLUX » formulée par les Etablissements WEBER TRADING est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68338 de la marque « EUROLUX » est radié.

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

Article 4 : La société EUROLUX (PTY) LIMITED, titulaire de la marque « EUROLUX » n° 68338, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

O.A.P.I. Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 047/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « EUROLUX » n° 68339

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° 68339 de la marque « EUROLUX » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 23 mai 2013 par les Etablissements WEBER TRADING, représentés par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « EUROLUX » a été déposée le 15 juin 2011 par la société EUROLUX (PTY) LIMITED et enregistrée sous le n° 68339 dans la classe 35, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu qu'au soutien de leur opposition, les Etablissements WEBER TRADING font valoir, qu'ils sont propriétaires de la marque « EUROLUX » n° 63593, déposée le 14 janvier 2010 dans les classes 09 et 11, pour commercialiser entre autres produits les « appareils d'éclairages, de chauffage, de production de vapeur… » de la classe 11 ;

Qu'ils s'opposent à l'enregistrement de la marque « EUROLUX » n° 68339 déposée le 15 juin 2011 pour la commercialisation des services similaires de la classe 35, au motif que cette marque est une reproduction servile de leur marque et viole ainsi les droits enregistrés antérieurs leur appartenant, en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec cette dernière susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que les deux marques sont des marques verbales ; que du point de vue phonétique, elles ont le même élément verbal « EUROLUX » ; que la marque de la société EUROLUX (PTY) LIMITED a été déposée pour les services de la classe 35 ; que ces services sont similaires aux produits de la classe 11 ; que ceci

renforce le risque de confusion sur l'origine des produits et services et a pour conséquence d'empêcher la coexistence des deux marque sur le marché ; que le consommateur d'attention moyenne pourrait croire que cette marque est une extension de son droit antérieur ;

Qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 l'article 7 (2) de l'Annexe III dudit Accord prévoit qu'en cas d'usage d'un signe identique pour les mêmes produits, un risque de confusion est présumé exister et la marque seconde doit être radiée ; qu'il y a lieu de dire et juger que les deux marques ne peuvent pas coexister sur le marché sans risque de confusion et de radier l'enregistrement n° 68338 de la marque « EUROLUX » appartenant à la société EUROLUX (PTY) LIMITED ;

Attendu que la société EUROLUX (PTY) LIMITED Sarl fait valoir dans son mémoire en réponse qu'il ressort de l'analyse des marques en conflit que « EUROLUX » est le nom commercial du déposant ; que l'article 7 (3) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui dispose que : « l'enregistrement d'une marque ne confère pas à son titulaire le droit d'interdire aux tiers l'usage de bonne foi de leur nom, de leur adresse, d'un pseudonyme, d'un nom géographique, ou indications exactes relatives à l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, le lieu d'origine ou l'époque de la production de leurs produits ou de la présentation de leurs services, pour autant qu'il s'agisse d'un usage limité à des fins de simple identification ou d'information et qui ne puisse induire le public en erreur sur la provenance des produits ou services… »

Qu'en vertu du principe de la spécialité des marques, il n'y a pas de risque de confusion entre une marque de services en classe 35 et une marque de produits des classes 09 et 11 ; qu'il y a lieu de recevoir ses arguments en réplique et de déclarer non fondée l'opposition formulée par les Etablissements WEBER TRADING ;

Attendu que les services de la classe 35 l'enregistrement n° 68339 de la marque « EUROLUX » du déposant sont complémentaires aux produits de la classe 11 de l'enregistrement n° 63593 de la marque « EUROLUX » de l'opposant ;

Attendu en outre que du point de vue visuel, phonétique et intellectuel, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans

leur ensemble, 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° 68339 de la marque « EUROLUX » formulée par les Etablissements WEBER TRADING est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68339 de la marque « EUROLUX » est radié.

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

Article 4 : La société EUROLUX (PTY) LIMITED, titulaire de la marque « EUROLUX » n° 68339, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 048/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation partielle de l'enregistrement de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » n° 68157

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° 68157 de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 07 février 2013 par la société RALPH MARTINDALE & Co. Ltd, représenté par le Cabinet CAZENAVE Sarl ;

Vu la lettre n° 0758/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 07 mars 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » n° 68157 ;

Attendu que la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » a été déposée le 14 juin 2011 par la société ZHUHAI ELEPHANT ABRASIVES CO. LTD et enregistrée sous le n° 68157 pour les produits des classes 3, 7 et 8, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société RALPH MARTINDALE & Co. Ltd fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « Dessin d'Eléphant » n° 35654 déposée le 02 novembre 1995 pour les produits de la classe 8 ; que cet enregistrement est encore en vigueur suite au renouvellement intervenu en 2005 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle dispose d'un droit exclusif d'utiliser sa marque ou un signe lui ressemblant pour les produits pour lesquels elle a été enregistrée, ainsi que pour les produits similaires ; qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher les tiers agissant sans son consentement de faire usage de signes identiques ou similaires à sa marque dans le cas où un tel usage

entraînerait un risque de confusion conformément à l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que le dépôt d'une marque comprenant le même dessin d'éléphant pour les produits de la même classe 8 constitue une atteinte indiscutable à ses droits ; qu'elle n'a pas de droits en ce qui concerne les produits de la classe 3 ; qu'en revanche, même si les produits de la classe 7 concernent essentiellement des machines, les deux classes visent du matériel technique et ont un objet commun qui est la confection ou l'entretien d'objets à usage technique ; que la similarité entre les produits des classes 7 et 8 est donc indiscutable ;

Que le fait que le dessin de la marque du déposant soit accompagné d'un élément verbal ne diminue pas la similitude entre les deux marques, cet élément verbal étant purement descriptif, de telle sorte que le dessin est le seul élément attractif qui attire l'attention du consommateur d'attention moyenne ;

Qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 ; qu'il y a lieu de radier l'enregistrement n° 68157 de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » appartenant au déposant ;

Attendu que l'enregistrement n° 35654 de la marque « Dessin d'Eléphant » en classe 8 par la société RALPH MARTINDALE & Co. Ltd ne lui confère pas le droit de s'opposer à l'usage de « GOLD ELEPHANT + Dessin » pour les produits de la classe 3, en ce que les produits de la classe 3 couverts par l'enregistrement du déposant ne sont ni identiques, ni similaires aux produits de la classe 8 de l'enregistrement n° 35654 de l'opposant ;

Attendu en outre que la société ZHUHAI ELEPHANT ABRASIVES CO. LTD n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société RALPH MARTINDALE & Co. Ltd ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68157 de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » formulée par la société RALPH MARTINDALE & Co. Ltd est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68157 de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » est partiellement radié dans les classes 7 et 8.

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

Article 4 : La société ZHUHAI ELEPHANT ABRASIVES CO. LTD, titulaire de la marque « GOLD ELEPHANT + Dessin » n° 68157, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 049/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « KINGWAX » n° 67995

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° 67995 de la marque « KINGWAX » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 28 février 2013 par la société DUAN XUTONG, représentée par le Cabinet SCP ATANGA IP ;

Vu la lettre n° 0883/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 21 mars 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « KINGWAX » n° 67995 ;

Attendu que la marque « KINGWAX » a été déposée le 1er juin 2011 par la société SHANGYU KINGLONG PRINTING AND DYEING CO. LTD et enregistrée sous le n° 67995 pour les produits des classes 23 et 24, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société DUAN XUTONG fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « KINGTEXWAX » n° 63340 déposée le 22 décembre 2009 pour la commercialisation des produits de la classe 24 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle dispose d'un droit exclusif d'utiliser sa marque ou un signe lui ressemblant pour les produits pour lesquels elle a été enregistrée, ainsi que pour les produits similaires ;

Qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher les tiers agissant sans son consentement de faire usage de signes identiques ou similaires à sa marque dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion conformément à l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que la société SHANGYU KINGLONG PRINTING AND DYEING CO. LTD a déposé la marque « KINGWAX » n° 67995 pour la commercialisation des produits identiques et similaires des classes 23 et 24; que cette marque présente de fortes ressemblances et similitudes avec sa marque susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur et viole ainsi ses droits enregistrés antérieurs ;

Qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 ; qu'il y a lieu de radier l'enregistrement n° 67995 de la marque « KINGWAX » du déposant ;

Attendu que la société SHANGYU KINGLONG PRINTING AND DYEING CO. LTD n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société DUAN XUTONG ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 67995 de la marque « KINGWAX » formulée par la société DUAN XUTONG est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 67995 de la marque « KINGWAX » est radié.

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

Article 4 : La société SHANGYU KINGLONG PRINTING AND DYEING CO. LTD, titulaire de la marque « KINGWAX » n° 67995, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 050/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « LE CHEVAL + Logo » n° 69481

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° 69481 de la marque « LE CHEVAL + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 12 septembre 2013 par la société SUCCEEDER HOLDINGS LIMITED, représentée par le Cabinet AKKUM AKKUM & Associates LLP ;

Vu la lettre n° 2904/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 27 septembre 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « LE CHEVAL + Logo » n° 69481 ;

Attendu que la marque « LE CHEVAL + Logo » a été déposée le 04 novembre 2011 par la société AMEROPA AG et enregistrée sous le n° 69481 dans les classes 29, 30 et 31, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société SUCCEEDER HOLDINGS LIMITED fait valoir qu'elle est titulaire des marques :

- LE BON CHEVAL LEGENDAIRE (Stylisé) n° 60541 déposée le 16 décembre 2008 dans les classes 3, 5, 29, 30, 32, 34 ;
- CHEVAL LEGENDAIRE n° 60543 déposée le 16 décembre 2008 dans les classes 3, 5, 29, 30, 32, 34 ;
- DOUBLE HORSE + Dessin n° 60542 déposée le 16 décembre 2008 dans les classes 3, 5, 29, 30, 32, 34 ;
- DOUBLE HORSE & Device n° 60950 déposée le 16 décembre 2008 dans les classes 3, 5, 29, 30, 32, 34 ;

- HORSE & Device n° 60544 déposée le 16 décembre 2008 dans les classes 3, 5, 29, 30, 32, 34 ;

Que par ces dépôts, elle dispose d'un droit de propriété exclusif d'utiliser ses marques ou un signe leur ressemblant pour les produits pour lesquels elles ont été enregistrées, ainsi que pour les produits similaires ; qu'elle a aussi le droit d'empêcher l'utilisation par les tiers de toute marque ressemblant à ses marques dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe de l'Accord de Bangui ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « LE CHEVAL + Logo » n° 69481 déposée au nom de la société AMEROPA AG, aux motifs que cette marque est similaire à ses marques antérieures et viole les droits enregistrés antérieurs lui appartenant ; que la marque du déposant incorpore le terme « CHEVAL » qui est l'élément dominant de ses marques « CHEVAL » et « CHEVAL & Device » ; que prises dans leur ensemble, du point de vue visuel, phonétique et conceptuel, les marques en conflit présentent plus de ressemblances que de différences et la confusion peut se produire ;

Que le risque de confusion est renforcé par le fait que la marque « LE CHEVAL + Logo » n° 69481 couvre les produits des classes 29 et 30 ; que ces produits sont identiques ou similaires à ceux couverts par ses marques de telle sorte que le consommateur d'attention moyenne pourrait alors attribuer à tous ces produits une même origine ou croire que ces produits proviennent d'entreprises liées économiquement ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'annexe III dudit Accord, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est identique à une autre marque appartenant à un autre titulaire et qui est enregistrée, 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 ;

Qu'en outre, ses marques sont notoirement connues au sens des articles 6 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui et 6bis de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ; que l'enregistrement querellé mérite la radiation ;
Attendu que la société AMEROPA AG n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société SUCCEEDER HOLDINGS LIMITED ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicable,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 69481 de la marque « LE CHEVAL + Logo » formulée par la société AMEROPA AG est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69481 de la marque « LE CHEVAL + Logo » est radié.

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

Article 4 : La société AMEROPA AG titulaire de la marque « LE CHEVAL + Logo » n° 69481, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 051/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « M&N+ Logo » n° 68535

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° 68535 de la marque « M&N + Logo » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 27 mai 2013 par la société MARS INCORPORATED, représentée par le Cabinet NICO HALLE & Co. ;

Vu la lettre n° 01702/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 19 juin 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « M&N + Logo » n° 68535 ;

Attendu que la marque « M&N + Logo » a été déposée le 05 juillet 2011 par la société PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I) et enregistrée sous le n° 68535 dans les classes 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu que la société MARS INCORPORATED fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est propriétaire des marques :

- M&M'S n° 34599 déposée le 13 décembre 1994 dans la classe 30 ;
- M&M + Vignette n° 34839 déposée le 10 mars 1995 dans la classe 30 ;
- M + Vignette n° 43895 déposée le 15 septembre 2000 dans la classe 30.

Que ces enregistrement sont encore en vigueur, suite aux renouvellements intervenus respectivement en 2004, 2005 et 2010 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de ses marques, la propriété de celles-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser ses marques en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est en droit d'empêcher

l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à ses marques, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que la marque du déposant est une imitation servile de ses marques antérieures et viole ainsi ses droits en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ; que les produits vendus sous ces marques visent un même public pertinent de l'espace OAPI ;

Que les marques ont été déposées pour couvrir les produits identiques ou similaires des classes 29, 30 et 32 ; que ces produits sont commercialisés sur le même territoire, par les mêmes circuits de distribution et auprès des mêmes consommateurs ; que la parfaite similitude des classes et des produits étant évidente, la marque du déposant est de nature à induire dans l'esprit du consommateur une confusion laissant croire que ces produits proviennent d'une même entreprise ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; qu'il y a lieu de radier la marque « M&N + Logo » n° 68535 du déposant ;

Attendu que la société PROFESSIONAL FOOD INFUSTRY (P.F.I) n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société MARS INCORPORATED ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 68535 de la marque « M&N + Logo » formulée par la société MARS INCORPORATED est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68535 de la marque « M&N + Logo » est radié.

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

Article 4 : La PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I), titulaire de la marque « M&N + Logo » n° 68535, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 052/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « MICO » n° 68783

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° 68783 de la marque « MICO » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 24 mai 2013 par la société CEREAL INVESTMENTS COMPANY (CIC) S.A, représentée par le Cabinet ISIS Conseils ;

Attendu que la marque « MICO » a été déposée le 10 août 2011 par les Etablissements WAFA S.A POUR LE COMMERCE GENERAL et enregistrée sous le n° 68783 dans la classe 29, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu que la société CEREAL INVESTMENTS COMPANY (CIC) S.A fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est propriétaire de la marque « MIMO Vignette » n° 43714, déposée le 22 décembre 2000 dans les classes 29, 30 et 31 ; que cet enregistrement est encore en vigueur suite au renouvellement effectué en 2010 ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « MICO » n° 68783 déposée le 10 août 2011 par les Etablissements WAFA S.A POUR LE COMMERCE GENERAL, au motif que cette marque est similaire à sa marque « MIMO Vignette » n° 43714 et viole les droits enregistrés antérieurs lui appartenant, en ce qu'elle présente de fortes ressemblances et similitudes avec cette dernière susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que les deux marques en conflit sont des marques verbales ; que bien que stylisé, le signe « MICO » est constitué essentiellement d'éléments verbaux qui sont similaires à sa marque ; que du point de vue visuel, les deux marques sont composées de quatre (04) lettres, deux (02) consonnes et deux (02) voyelles

disposées de la même manière, dans l'ordre (consonne-voyelle-consonne-voyelle) ; qu'elles comportent trois (03) lettres classées dans le même ordre ; que seule la troisième lettre, donc la seconde consonne constitue la différence entre les deux marques ;

Que les deux titulaires ont revendiqué les mêmes couleurs (blanche et rouge) ; que le caractère stylisé de la marque du déposant n'est pas suffisant pour supprimer ce risque de confusion ; qu'un risque de confusion existe du fait de l'identité des produits couverts et de la similitude entre les deux marques prises dans leur ensemble ; que les éléments de différences invoqués par le déposant ne sont pas suffisants pour supprimer ce risque de confusion ;

Qu'aux termes de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, 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 ; qu'il y a lieu de radier l'enregistrement n° 68783 de la marque « MICO » appartenant aux Etablissements WAFA S.A POUR LE COMMERCE GENERAL ;

Attendu que les Etablissements WAFA S.A POUR LE COMMERCE GENERAL font valoir dans leur mémoire en réponse, qu'il n'existe pas de risque de confusion entre les marques « MICO » n° 68783 et « MIMO Vignette » n° 43714 prises dans leur ensemble ; que les deux marques présentent plus de différences que de ressemblances et la confusion ne peut pas se produire ; que l'imitation invoquée par l'opposant n'est qu'une vue de l'esprit et une tentative pour ce dernier de monopoliser tous les signes dans le commerce ; que les deux marques peuvent par conséquent coexister sur le territoire des Etats membres de l'OAPI sans risque de confusion ; qu'il y a lieu de déclarer non fondée l'opposition formulée par la société CEREAL INVESTMENTS COMPANY (CIC) S.A ;

Attendu que du point de vue visuel et phonétique, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques de la même classe 29, 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° 68783 de la marque « MICO » formulée par la société CEREAL INVESTMENTS COMPANY (C.I.C) S.A est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 68783 de la marque « MICO » est radié.

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

Article 4 : Les Etablissements WAFA S.A POUR LE COMMERCE GENERAL, titulaire de la marque « MICO » n° 68783, disposent 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 053/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » n° 69086

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° 69086 de la marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 18 septembre 2013 par la Société Commerciale de la Famille Lin (SO.CO.F.L), représentée par Maître Mohamed Ahmed El Hadj SIDI ;

Attendu que la marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » a été déposée le 15 septembre 2011 par Monsieur ZONG JINPING et enregistrée sous le n° 69086 pour les produits de la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la Société Commerciale de la Famille Lin (SO.CO.F.L) fait valoir, qu'elle est titulaire de la marque « SADAGHA + Vignette » n° 58164 déposée le 27 janvier 2008 pour commercialiser du « thé », produit relevant de la classe 30 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser sa marque en rapport avec le « Thé » et qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par les 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 ;

Que Monsieur ZONG JINPING a déposé la même marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » n° 69086 pour commercialiser le « Thé » de la même classe 30 ; que cette marque est une imitation servile de sa marque et viole les droits antérieurs lui appartenant, en ce qu'elle présente de fortes

ressemblances et similitudes susceptibles de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que du point de vue visuel et phonétique, cette marque est identique à sa marque ; que les deux marques se prononcent de la même manière ; que la contrefaçon d'une marque s'apprécie au regard non des différences, mais des ressemblances et de l'impression d'ensemble dégagée par les signes en conflit ; que le risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne sur l'origine des produits est évident étant donné que les deux marques ont été déposées pour des produits identiques de la même classe 29 ;

Que conformément aux dispositions 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 et qui est déjà enregistrée, 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 ;

Attendu que Monsieur ZONG JINPING fait valoir dans son mémoire en réponse que sa marque SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » n° 69086 a été déposée par lui-même et non par Monsieur WENG Meigui cité dans la requête de l'opposant ; qu'il a porté cette affaire devant les juridictions compétentes en Mauritanie et un jugement n° 21/09 du 16 février 2009 a été rendu en sa faveur ;

Que la Cour d'Appel de Nouakchott a confirmé ce jugement en condamnant la SO.CO.F.L par arrêt n° 37/2009 du 26 novembre 2009 ; que cette décision n'a pas fait l'objet de pourvoi ; qu'elle fait donc autorité dans tous les Etats membres ;

Qu'en déposant la marque « SADAGHA + Vignette » en 2008 alors qu'elle connaissait que le déposant avait la priorité de l'usage de cette marque sur le territoire des Etats membres de l'OAPI, la Société Commerciale de la Famille Lin (SO.CO.F.L) a agi de mauvaise foi avec l'intention malveillante de s'approprier un signe qui ne lui appartient pas ; qu'elle a été renvoyée devant le juge correctionnel pour répondre de ses actes ;

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

شاي الصين الأخضر
THE VERT DE CHINE
الصداقة
SADAGHA

Marque n° 58164
Marque de l'opposant

Marque n° 69086
Marque du déposant

Attendu que conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la propriété de la marque appartient à celui qui, le premier, en a effectué le dépôt ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant toutes aux produits identiques de la même classe 30, 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,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 69086 de la marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » formulée par la Société Commerciale de la Famille Lin (SO.CO.F.L) est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69086 de la marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » est radié.

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

Article 4 : Monsieur ZONG JINPING, titulaire de la marque « SADAGHA THE VERT DE CHINE + Vignette » n° 69086 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 054/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » n° 69049

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° 69049 de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 06 septembre 2013 par la société Aktsionerno Droujestvo Bulgartabac Holding, représentée par le Cabinet EKEME LYSAGHT Sarl ;

Vu la lettre n° 02901/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 27 septembre 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » n° 69049 ;

Attendu que la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » a été déposée le 15 septembre 2011 par la société Explosal Limited et enregistrée sous le n° 69049 pour les produits de la classe 34, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société Aktsionerno Droujestvo Bulgartabac Holding fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « SLIM Logo & Device » n° 55579 déposée le 23 janvier 2007 pour les produits de la classe 34 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle dispose d'un droit exclusif d'utiliser sa marque ou un signe lui ressemblant pour les produits pour lesquels elle a été enregistrée, ainsi que pour les produits similaires ;

Qu'elle a aussi le droit exclusif d'empêcher les tiers agissant sans son consentement de faire usage des signes identiques ou similaires à sa marque

dans le cas où un tel usage est susceptible d'entraîner un risque de confusion conformément à l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Qu'elle s'oppose à l'enregistrement de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » n° 69049 aux motifs qu'il existe un risque de confusion dû à la similarité des représentations des marques et des produits couverts par celles-ci ; que le mot prédominant dans chacune des marques « SLIMS » apparait dans le même style et police d'écriture ;

Que sur les plans visuel et phonétique, les deux marques ont plus de ressemblances que de différences, qu'elles ont été enregistrées pour des produits identiques que sont le tabac, les cigarettes et les articles pour fumeurs de la même classe 34 ; que les consommateurs peuvent facilement se tromper en prenant un produit pour l'autre, surtout s'ils n'ont pas les deux produits sous les yeux au même moment ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut pas être valablement enregistrée si elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; que l'enregistrement n° 69049 de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » est irrecevable et constitue une violation des droits antérieurs lui appartenant ; qu'elle sollicite que cette marque soit radiée conformément à l'article 18 de l'Annexe III dudit Accord ;

Attendu que la société Explosal Limited n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société Aktsionerno Droujestvo Bulgartabac Holding; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 69049 de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » formulée par la société Aktsionerno Droujestvo Bulgartabac Holding est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69049 de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » est radié.

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

Article 4 : La société Explosal Limited, titulaire de la marque « SLIMS RAQUEL + Vignette » n° 69049, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 055/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « VITAL & Design » n° 70007

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° 70007 de la marque « VITAL & Design » ;

Vu l'opposition à cet enregistrement formulée le 12 août 2013 par la société PATISEN S.A, représentée par Monsieur Doudou SAGNA ;

Vu la lettre n° 02902/OAPI/DG/DGA/DAJ//SAJ/NNG du 27 septembre 2013 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « VITAL & Design » n° 70007 ;

Attendu que la marque « VITAL & Design » a été déposée le 11 janvier 2012 par la société MARGAFRIQUE et enregistrée sous le n° 70007 dans la classe 29, ensuite publiée au BOPI n° 3/2012 paru le 06 juin 2013 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société PATISEN S.A fait valoir, qu'elle est propriétaire de la marque « VITAL + Vignette » n° 53555 déposée le 07 mars 2006 dans la classe 29 pour la « margarine pasteurisée », suite à une cession totale conclue avec la société SATREC régulièrement inscrite le 10 juillet 2012 ; que cet enregistrement n'a fait l'objet ni de déchéance, ni de radiation et est actuellement en vigueur ;

Qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; qu'elle a le droit d'utiliser sa marque en rapport avec les produits couverts par l'enregistrement, et qu'elle est en droit d'empêcher l'utilisation par les tiers, de toute marque ressemblant à sa marque, dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion dans l'esprit du public comme le prévoit l'article 7 de l'Annexe III dudit Accord ;

Que la société MARGAFRIQUE a déposé la marque « VITAL & Design » n° 70007 pour la commercialisation de « la margarine » de la même classe 29 ; que cette marque est une reproduction à l'identique de sa marque antérieure et viole ainsi ses droits en ce qu'elle est susceptible de créer la confusion dans l'esprit du consommateur ;

Que conformément aux dispositions de l'article 3 (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 et qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou pour des produits similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion ; qu'en cas d'usage d'un signe identique pour des produits et services identiques, un risque de confusion est présumé exister comme le prévoit l'article 7 (2) de l'Annexe III dudit Accord ; qu'il y a lieu de radier la marque « VITAL & Design » n° 70007 du déposant ;

Attendu que la société MARGAFRIQUE n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société PATISEN S.A ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 70007 de la marque « VITAL & Design » formulée par la société PATISEN S.A est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 70007 de la marque « VITAL & Design » est radié.

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

Article 4 : La société MARGAFRIQUE, titulaire de la marque « VITAL & Design » n° 70007, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 056/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de la revendication de propriété de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241

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 5 ;

Vu le certificat d'enregistrement n° 69241 de la marque « FLASH BE A STAR » ;

Vu la requête en revendication de propriété de cette marque formulée le 29 octobre 2013 par la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH, représentée par le Cabinet AKKUM AKKUM & Associates LLP ;

Attendu que la marque « FLASH BE A STAR » a été déposée le 10 octobre 2011 par la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED et enregistrée sous le n° 69241 pour les produits des classes 32 et 33, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH fait valoir, au soutien de sa revendication de propriété, qu'elle a la priorité de l'usage de la marque « FLASH POWER » qu'elle utilise depuis des années, pour la fabrication et la commercialisation des produits relevant de la classe 32 ; que cette marque a été déposée dans plusieurs Offices de propriété intellectuelle à travers le monde et à l'OAPI, le 05 mars en 2012, ensuite enregistrée sous n° 70506 ;

Qu'en application des dispositions de l'article 5 (3) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, elle revendique la propriété de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241, au motif que c'est en fraude à ses droits et de mauvaise foi que le déposant a formulé la demande d'enregistrement querellé ; qu'au moment du dépôt, celle-ci avait connaissance ou aurait dû avoir connaissance de la priorité de l'usage de cette marque à son nom sur le territoire des Etats membres de l'OAPI ; que la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED était au courant que la marque « FLASH POWER » était déjà utilisée sur le territoire

OAPI par un autre titulaire ; qu'elle sollicite par conséquent la radiation de l'enregistrement n° 69241 de la marque « FLASH BE A STAR » du déposant dans les conditions prévues par la loi ;

Attendu que la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED fait valoir dans son mémoire en réponse que les prétentions de la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH ne sauraient prospérer étant donné que les conditions de la revendication de propriété ne sont pas réunies ;

Que pour revendiquer la propriété d'une marque, il faut déposer la même marque dans les six mois qui suivent la publication de l'enregistrement du premier dépôt, soit avant l'introduction de l'action conformément à l'article 5 (3) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que la susdite société n'a pas cru devoir déposé ladite marque avant d'introduire son action ; qu'elle s'est basée sur une marque approximativement similaire « FLASH POWER » n° 70506 déjà enregistrée pour procéder à la revendication de propriété ;

Que nulle part dans sa requête, la susdite société ne prouve, ni n'offre de prouver l'usage de la marque « FLASH BE A STAR » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI antérieurement au dépôt de sa marque; que dès lors, la revendication de propriété se heurte au défaut d'usage antérieur sur le territoire des Etats membres de l'OAPI et enlève tout fondement juridique à cette action ;

Qu'elle ne prouve pas non plus le caractère frauduleux du dépôt contesté ; qu'elle se contente d'affirmer sans rapporter la moindre preuve que le déposant avait connaissance de l'existence de sa marque ; qu'il n'existe aucun lien de commerce, ni d'échanges ou pourparlers entre les parties ; qu'elles n'ont aucune proximité d'affaires caractéristique de la fraude invoquée par le demandeur ; que la bonne foi étant toujours présumée, il échet par conséquent de déclarer la revendication de propriété irrecevable comme faite en violation de la loi ;

Attendu que conformément aux dispositions de l'article 5 (5) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, l'usage antérieur d'une marque revendiquée ne peut être prouvé que par des écrits, imprimés ou documents contemporains des faits d'usage qu'ils tendent à établir ;

Attendu que la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH n'a pas fourni de preuves suffisantes de l'usage antérieur de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 revendiquée, pour les produits des classes 32 et 33, sur le territoire des Etats membres de l'OAPI, avant le dépôt de celui-ci par la société WSB WORLD SOFT DRINKS LIMITED ; qu'elle n'a pas non plus fourni la preuve de la connaissance d'un tel usage par cette dernière ;

Attendu en outre que la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH n'a pas effectué le dépôt du signe revendiqué dans le délai de six (06) mois, à compter de la publication de l'enregistrement du premier dépôt, conformément à l'article 5 (3) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui,

DECIDE :

Article 1 : La revendication de propriété de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 formulée par la société LIZU TRADING HANDELS - GmbH est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, la revendication de propriété de l'enregistrement de la marque « FLASH BE A STAR » n° 69241 est rejetée.

Article 3 : La société LIZU TRADING HANDELS - GmbH dispose d'un délai de trois (03) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 057/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de la revendication de propriété de la marque « HUNGRY BUNNY & Device » n° 69489

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 5 ;

Vu le certificat d'enregistrement n° 69489 de la marque « HUNGRY BUNNY & Device » ;

Vu la requête en revendication de propriété de cette marque formulée le 28 octobre 2013 par la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO, représentée par le Cabinet PATIMARK LLP;

Attendu que la marque « HUNGRY BUNNY & Device » a été déposée le 09 novembre 2011 par la société HUNGRY BUNNY ESTABLISHMENT FOR TRADING et enregistrée sous le n° 69489 dans la classe 43, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. fait valoir, au soutien de sa revendication de propriété, qu'elle est le titulaire incontesté de la marque « HUNGRY BUNNY » ; que cette marque a été déposée dans plusieurs offices de propriété industrielle à travers le monde entier ; qu'elle est aussi titulaire d'un droit d'auteur sur sa marque qu'elle utilise dans l'espace OAPI sous forme de dessins animés diffusés et retransmis sur les chaînes de télévision nationale et internationale depuis plusieurs années :

Que du fait des circonstances indépendantes de sa volonté, elle n'a pas déposé sa marque « HUNGRY BUNNY » à l'OAPI, mais que cette marque est utilisée sur le territoire des Etats membres de l'OAPI, notamment au Sénégal où la prestation de fast food est très développée ;
Qu'elle revendique la propriété de la marque « HUNGRY BUNNY & Device » n° 69489 aux motifs qu'au moment du dépôt, le déposant avait connaissance ou aurait dû avoir connaissance du fait qu'elle avait la priorité de l'usage de cette marque sur le territoire des Etats membres de l'OAPI, avant le dépôt de celle-ci

à son nom ; que c'est en parfaite connaissance de cause et de mauvaise foi que ce dépôt a été effectué;

Qu'en application des dispositions de l'article 5 alinéa 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, et dans le cadre de cette procédure, elle a procédé au dépôt de la marque « HUNGRY BUNNY » le 28 octobre 2013 ; que cette marque a été enregistrée sous le n° 77395 pour les services de la classe 43 ; qu'elle sollicite par conséquent la radiation de l'enregistrement n° 69489 du déposant ;

Attendu que la société HUNGRY BUNNY ESTABLISHMENT FOR TRADING fait valoir dans son mémoire en réponse que conformément à l'article 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, le droit à la marque appartient au premier déposant ; qu'elle est le propriétaire de la marque « HUNGRY BUNNY » déposée dans plusieurs pays au monde ; que les prétentions de la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. ne sauraient prospérer étant donné que les conditions de la revendication de propriété ne sont pas réunies en l'espèce ;

Que nulle part dans sa requête, la susdite société ne prouve, ni n'offre de prouver l'usage de la marque « HUNGRY BUNNY » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI antérieurement au dépôt de sa marque ; que dès lors, la revendication de propriété se heurte au défaut d'usage antérieur et enlève tout fondement juridique à cette action ;

Qu'elle ne prouve pas non plus le caractère frauduleux du dépôt contesté ; qu'elle se contente d'affirmer sans rapporter la moindre preuve que le déposant avait connaissance de l'existence de ses marques ; qu'il n'existe aucun lien de commerce, ni d'échanges ou pourparlers entre les parties ; qu'elles n'ont aucune proximité d'affaires caractéristique de la fraude invoquée par le demandeur ; qu'il y a lieu de rejeter la revendication de propriété formulée par la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. ;

Attendu que conformément aux dispositions de l'article 5 (5) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, l'usage antérieur de la marque revendiquée ne peut être prouvé que par des écrits, imprimés ou documents contemporains des faits d'usage qu'ils tendent à établir ;

Attendu que la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. n'a pas produit de preuves suffisantes de l'usage antérieur de la marque « HUNGRY BUNNY & Device » n° 69489 revendiquée sur le territoire des Etats membres de l'OAPI, avant le dépôt de celle-ci par la société HUNGRY BUNNY ESTABLISHMENT FOR TRADING; qu'elle n'a pas non plus produit la preuve de la connaissance d'un tel usage par cette dernière ;

Que l'enregistrement n° 77395 de la marque « HUNGRY BUNNY » déposé le 28 octobre 2013 dans la classe 43 au nom de la société AL HOMAIZI STUFF CO. dans le cadre de cette revendication de propriété doit être radiée,

DECIDE :

Article 1 : La revendication de propriété de la marque « HUNGRY BUNNY & Device » n° 69489 formulée par la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, la revendication de propriété de la marque « HUNGRY BUNNY & Device» n° 69489 est rejetée.

Article 3 : L'enregistrement n° 77395 de la marque « HUNGRY BUNNY » déposée le 28 octobre 2013 par la société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. est radié.

Article 4 : La société AL HOMAIZI FOOD STUFF CO. dispose d'un délai de trois (03) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 058/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de la revendication de propriété de la marque « HYDAC » n° 68947

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 5 ;

Vu le certificat d'enregistrement n° 68947 de la marque « HYDAC » ;

Vu la requête en revendication de propriété de cette marque formulée le 24 mai 2013 par la société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC), représentée par Maître EPANG Isidor ;

Attendu que la marque « HYDAC » a été déposée le 02 septembre 2011 par la société HYDAC TECHNOLOGY GmbH et enregistrée sous le n° 68947 dans les classes 35, 37, 40, 41 et 42, ensuite publiée au BOPI n° 1/2012 paru le 26 novembre 2012 ;

Attendu que la société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC) fait valoir qu'elle est une société de droit camerounais, filiale de la Société Nationales des Hydrocarbures (SNH) créée en 1982 ; qu'à ce titre, elle est spécialisée dans les inspections, le contrôle de qualité et la sécurité, et intervient spécifiquement au Cameroun et dans la sous-région dans des domaines variés ; où elle utilise sa marque « HYDRAC » ;

Qu'elle revendique la propriété de la marque « HYDAC » sur le fondement de l'article 5 alinéa 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que c'est au mépris de la priorité de l'usage de sa marque « HYDRAC » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI que la société HYDAC TECHNOLOGY GmbH a procédé au dépôt de sa marque « HYDAC » n° 68947 ;

Que le dépôt par la société HYDAC TECHNOLOGY GmbH de la marque « HYDAC » n° 68947 pour les services des classe 35, 37, 40, 41 et 42 a été fait en violation de la priorité de l'usage qu'elle avait sur la marque « HYDRAC » ; qu'il s'agit d'un dépôt frauduleux en ce qu'au moment du dépôt, le déposant

dont le mandataire se trouve au Cameroun aurait dû avoir connaissance du fait que la marque « HYDRAC » similaire à « HYDAC » était déjà utilisée par la société HYDRAC en territoire OAPI ; que c'est en parfaite connaissance de cause et de mauvaise foi que ce dépôt a été effectué; que ceci démontre l'intention malveillante du déposant ;

Que les deux marques présentent des ressemblances visuelle et phonétique qui les rendent similaires ; que leur coexistence sur le marché est par conséquent impossible, étant donné qu'elles ont toutes été déposées pour des services identiques ou similaires ;

Que dans le cadre de la revendication de propriété, elle a procédé au dépôt des marques « HYDRAC » et « HYDRAC + Logo » le 24 mai 2013 ; que ces marques ont été enregistrées sous n° 76253 et n° 76254 dans les classes 41, 42 et 45 ; qu'elle sollicite par conséquent la radiation de l'enregistrement n° 68947 de la marque « HYDAC » requise au nom du déposant ;

Attendu que HYDAC TECHNOLOGY GmbH fait valoir dans son mémoire en réponse que conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, le droit à la marque appartient à celui qui, le premier, a effectué le dépôt ; que c'est dans le cadre de ses activités de fabrication d'accessoires hydrauliques pour l'industrie qu'elle a déposé sa marque « HYDAC » à l'OAPI ; qu'avant ce dépôt, elle n'avait pas connaissance de ce que cette marque était déjà utilisée par un tiers qui exerce dans l'industrie pétrolière ; que les deux marques « HYDAC » et « HYDRAC » ne sont pas identiques ; qu'elles couvrent des services complètement différents ;

Que nulle part dans sa requête, la susdite société ne prouve, ni n'offre de prouver l'usage de la marque « HYDRAC » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI antérieurement au dépôt de sa marque « HYDAC » ; que dès lors, la revendication de propriété se heurte au défaut d'usage antérieur ; qu'elle ne prouve pas non plus le caractère frauduleux du dépôt contesté ; qu'il y a lieu de rejeter la revendication de propriété de la marque « HYDRAC » formulée par la société HYDRAC ;

Attendu que conformément aux dispositions de l'article 5 alinéa 5 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la priorité de l'usage de la marque revendiquée ne peut être prouvée que par des écrits, imprimés ou documents contemporains des faits d'usage qu'ils tendent à établir ;

Attendu que la société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC) n'a pas produit de preuves suffisantes de l'usage antérieur de la marque « HYDRAC » revendiquée dans les classes 41, 42 et 45 sur le territoire

des Etats membres de l'OAPI, avant le dépôt de la marque « HYDAC » n° 68947 par la société HYDAC TECHNOLOGY GmbH ; qu'elle n'a pas non plus produit la preuve de la connaissance d'un tel usage par cette dernière ;

Attendu que les marques « HYDRAC » et « HYDRAC + Logo » déposées le 24 mai 2013 et enregistrées respectivement sous n° 76253 et n° 76254 dans les classes 41, 42 et 45 au nom de la société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC) dans le cadre de la revendication de propriété sont similaires au signe revendiqué pour les services des classes 41 et 42 ; qu'elles doivent être partiellement radiées,

DECIDE :

Article 1 : La revendication de propriété de la marque « HYDAC » n° 68947 formulée par la société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC) est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, la revendication de propriété de l'enregistrement de la marque « HYDAC » n° 68947 est rejetée.

Article 3 : Les enregistrements n° 76253 et n° 76254 des marques « HYDRAC » et « HYDRAC + Logo » déposées le 24 mai 2013 par la société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC) sont partiellement radiés dans les classes 41 et 42,

Article 4 : La société HYDROCARBURES ANALYSES CONTROLES (HYDRAC) dispose d'un délai de trois (03) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 059/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « SMARTIES + Vignette » n° 68180

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 5 ;

Vu le certificat d'enregistrement n° 68180 de la marque « SMARTIES + Vignette » ;

Vu la requête en revendication de propriété de cette marque formulée le 28 février 2013 par la Société des Produits Nestlé S.A, représentée par le Cabinet AKKUM AKKUM & Associates LLP ;

Vu la lettre n° 0885/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ/NNG du 21 mars 2013 communiquant l'avis de revendication de propriété au titulaire de la marque « SMARTIES + Vignette » n° 68180 ;

Attendu que la marque « SMARTIES + Vignette » a été déposée le 21 février 2011 par la société PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I) et enregistrée sous le n° 68180 dans les classe 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu que la Société des Produits Nestlé S.A fait valoir, au soutien de sa revendication de propriété, qu'elle a la priorité de l'usage de la marque « SMARTIES » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI et surtout en Côte d'Ivoire où les produits marqués « SMARTIES » pour des friandises à base de chocolat sont commercialisés depuis plusieurs années ; que ces produits sont vendus dans les supermarchés, notamment dans les duty-free des aéroports, comme l'atteste les bons de livraisons versés au dossier et sont connus et prisés par les consommateurs ;

Que la réputation acquise par le fait de l'usage répandu de ses marques « SMARTIES » leur confère la qualité de marque notoire au sens de l'article 6bis de la Convention de Paris ;

Qu'elle revendique la propriété de la marque « SMARTIES + Vignette » n° 68180 déposée à l'OAPI le 21 février 2011 dans les classes 29, 30 et 32 au nom de la société PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I), en application des dispositions de l'article 5 alinéa 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; aux motifs qu'au moment du dépôt, cette dernière avait connaissance de ce qu'elle avait la priorité de l'usage de cette marque sur le territoire OAPI ; qu'il est surprenant que le déposant ait pu, par simple coïncidence, choisir un terme identique pour son dépôt ; que les documents versés au dossier attestent à suffisance la priorité de l'usage de cette marque à son nom sur ledit territoire,

Que dans le cadre de cette procédure, elle a obtenu l'enregistrement de la marque « SMARTIES » revendiquée ; que cette marque a été déposée le 07 septembre 2012, ensuite enregistrée sous le n° 72491 pour les produits des classes 29, 30 et 32 ; qu'elle sollicite par conséquent la radiation de l'enregistrement n° 68180 de la marque « SMARTIES + Vignette » du déposant dans les conditions prévues par la loi ;

Attendu qu'il ressort des documents produits, qu'il a été fait usage de la marque « SMARTIES » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI par la Société des Produits Nestlé S.A, avant le dépôt de celle-ci par la société PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I) le 21 février 2011 ;

Attendu que cette marque a été utilisée pour des friandises à base de chocolat ; que ces produits sont commercialisés depuis 2006 dans les supermarchés, et dans les free shops des aéroports ; que le déposant aurait dû avoir connaissance de l'existence de la marque « SMARTIES » pour lesdits produits, avant le dépôt de celle-ci à son nom ;

Attendu en outre que la société PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I) n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis de revendication de propriété formulée par la Société des Produits Nestlé S.A ; que les dispositions de l'Instruction administrative n° 404 sont donc applicables,

DECIDE :

Article 1 : La revendication de propriété de la marque « SMARTIES + Vignette » n° 68180 formulée par la Société des Produits Nestlé S.A est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement de la marque « SMARTIES + Vignette » n° 68180 est radié.

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

Article 4 : La société PROFESSIONAL FOOD INDUSTRY (P.F.I), titulaire de la marque « SMARTIES + Vignette » n° 68180, dispose d'un délai de trois (03) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 060/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant rejet de la revendication de propriété de la marque « TEVA » n° 67660

LE DIRECTEUR GENERAL
DE L'ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

Vu l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle ;

Vu l'Annexe III dudit Accord et notamment son article 5 ;

Vu le certificat d'enregistrement n° 67660 de la marque « TEVA » ;

Vu la requête en revendication de propriété de cette marque formulée le 28 février 2013 par la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION, représentée par le Cabinet AKKUM AKKUM & Associates LLP ;

Attendu que la marque « TEVA » a été déposée le 03 mars 2011 par Monsieur ZHANG HEQING et enregistrée sous le n° 67660 dans les classes 18, 25 et 28, ensuite publiée au BOPI n° 5/2011 paru le 30 août 2012 ;

Attendu que la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION fait valoir, au soutien de sa revendication de propriété, qu'elle est propriétaire de la célèbre marque mondialement connue « TEVA » qu'elle utilise dans la fabrication et la vente des chaussures à usage multiple ; que cette marque a été déposée dans plusieurs offices de propriété industrielle à travers le monde entier ;

Qu'elle revendique la propriété de la marque « TEVA » n° 67660 déposée à l'OAPI le 03 mars 2011 dans les classes 18, 25 et 28 au nom de Monsieur ZHANG HEQING conformément à l'article 5 alinéa 3 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, aux motifs que cet enregistrement a été effectué de mauvaise foi ; qu'au moment du dépôt de sa marque, le déposant avait connaissance ou aurait dû avoir connaissance du fait qu'elle avait la priorité de l'usage de cette marque sur le territoire des Etats membres de l'OAPI, avant le dépôt de celle-ci à son nom ; que c'est en parfaite connaissance de cause que ce dépôt a été effectué ; que ceci démontre à suffire l'intention malveillante du déposant ;

Qu'en application des dispositions de l'article 5 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, et dans le cadre de cette procédure, elle a procédé au dépôt de la marque « TEVA » le 22 janvier 2013 ; que cette marque a été enregistrée sous le n° 74004 pour les produits des classes 18, 25 et 28 ; qu'elle sollicite par conséquent la radiation de l'enregistrement n° 67660 dans les conditions prévues par la loi ;

Attendu que Monsieur ZHANG HEQING fait valoir dans son mémoire en réponse que conformément à l'article 5 alinéa 1er de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la propriété de la marque appartient à celui qui, le premier, en a effectué le dépôt ; que les prétentions de la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION ne sauraient prospérer étant donné que les conditions de la revendication de propriété ne sont pas réunies ;

Que nulle part dans sa requête, la susdite société ne prouve, ni n'offre de prouver l'usage de la marque « TEVA » sur le territoire des Etats membres de l'OAPI antérieurement au dépôt de sa marque; que dès lors, la revendication de propriété se heurte au défaut d'usage antérieur sur le territoire des Etats membres de l'OAPI et enlève tout fondement juridique à cette action ;

Qu'elle ne prouve pas non plus le caractère frauduleux du dépôt contesté ; qu'elle se contente d'affirmer sans rapporter la moindre preuve que le déposant avait connaissance de l'existence de ses marques ; qu'en outre, en application du principe de territorialité, le champ de protection d'une marque est limité à l'espace territorial sollicité ; qu'il plaise de rejeter la revendication de propriété ;

Attendu que conformément aux dispositions de l'article 5 (5) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, l'usage antérieur de la marque revendiquée ne peut être prouvé que par des écrits, imprimés ou documents contemporains des faits d'usage qu'ils tendent à établir ;

Attendu que la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION n'a pas produit de preuves suffisantes de l'usage antérieur de la marque revendiquée sur le territoire des Etats membres de l'OAPI dans les classes 18, 25 et 28, avant le dépôt de celle-ci par Monsieur ZHANG HEQING ; qu'elle n'a pas non plus produit la preuve de la connaissance d'un tel usage par ce dernier ;

Que l'enregistrement n° 74004 de la marque « TEVA » déposée le 22 janvier 2013 dans les classes 18, 25 et 28 au nom de la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION dans le cadre de cette revendication de propriété doit être radiée,

DECIDE :

Article 1 : La revendication de propriété de la marque « TEVA » n° 67660 formulée par la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, la revendication de propriété de la marque « TEVA » n° 67660 est rejetée.

Article 3 : L'enregistrement n° 74004 de la marque « TEVA » déposée le 22 janvier 2013 par la société DECKERS OUTDOOR CORPORATION est radié.

Article 4 : La société DECKERS OUTDOOR CORPORATION dispose d'un délai de trois (03) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19/12/2014

Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU

DECISION N° 061/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « JPB + Logo » n° 69045

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 5 ;

Vu le certificat d'enregistrement n° 69045 de la marque « JPB + Logo » ;

Vu la requête en revendication de propriété de cette marque formulée le 25 octobre 2013 par la société J.P BEEMSTERBOER FOOD TRADERS B.V., représentée par le Cabinet EKEME LYSAGHT Sarl ;

Vu la lettre n° 03173/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ/NNG du 13 novembre 2013 communiquant l'avis de revendication de propriété au titulaire de la marque « JPB + logo » n° 69045 ;

Attendu que la marque « JPB + Logo » a été déposée le 07 septembre 2011 par Monsieur Mamadou Adama DIALLO et enregistrée sous le n° 69045 dans la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 2/2012 paru le 30 avril 2013 ;

Attendu que la société J.P BEEMSTERBOER FOOD TRADERS B.V. fait valoir, qu'elle revendique la propriété de la marque « JPB + Logo » n° 69045 conformément à l'article 5 (3) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que cette marque a fait l'objet de plusieurs enregistrements comme marque internationale dans plusieurs offices à travers le monde ; que l'utilisation de cette marque, bien connue des consommateurs des Etats membres, par le déposant pourrait amener les consommateurs à croire qu'il existe une relation entre les produits des deux titulaires ;

Que le dépôt de la marque « JPB + Logo » n° 69045 effectué par Monsieur Mamadou Adama DIALLO a été fait de mauvaise foi, car au moment du dépôt, ce dernier avait connaissance de la priorité de l'usage de cette marque par la société J.P BEEMSTERBOER FOOD TRADERS B.V. sur le territoire des Etats membres de l'OAPI ; que depuis 2009, elle commercialise une importante

quantité de mayonnaises sous cette marque au Mali, comme l'attestent les copies des commandes, factures et bons de livraisons qui montrent à suffire que le demandeur fournissait au déposant ses produits ; que ce dépôt est frauduleux et dénote l'intention malveillante du déposant ;

Que dans le cadre de cette procédure, elle a déposé la demande d'enregistrement de sa marque « JPB + Logo » le 1er octobre 2013 ; que cette marque a été enregistrée sous le n° 76960 pour les produits des classes 29, 30, 31 et 32 ; qu'elle sollicite la radiation de l'enregistrement n° 69045 de la marque « JPB + Logo » appartenant au déposant ;

Attendu qu'il ressort des documents produits, qu'il a été fait usage depuis 2009 de la marque « JPB + Logo » pour la commercialisation de la mayonnaise, sur le territoire des Etats membres de l'OAPI par la société J.P BEEMSTERBOER FOOD TRADERS B.V., avant le dépôt de celle-ci par Monsieur Mamadou Adama DIALLO, le 07 septembre 2011 dans la classe 30 ; que ce dernier avait connaissance de l'existence de cette marque ;

Attendu que Monsieur Mamadou Adama DIALLO n'a pas, conformément à l'Instruction administrative n°404, réagi dans les délais, à l'avis de revendication de propriété formulée par la société J.P BEEMSTERBOER FOOD TRADERS B.V. ;

DECIDE :

Article 1 : La revendication de propriété de la marque « JPB + Logo » formulée par la société J.P BEEMSTERBOER FOOD TRADERS B.V. est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 69045 de la marque « JPB + Logo » est radié.

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

Article 4 : Monsieur Mamadou Adama DIALLO, titulaire de la marque « JPB + Logo » n° 69045, 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 19/12/2014

Le Directeur Général

ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE
O.A.P.I.
Le Directeur Général

Paulin EDOU EDOU