

# COMMISSION SUPERIEURE DES RECOURS AUPRES DE L'OAPI

SESSION DU 18 AU 22 DECEMBRE 2000

Décision n° **N° 0 1 0 77** /CSR/OAPI du 21 décembre 2000

## COMPOSITION

Président : **Monsieur MOUNOM MBONG Daniel**

Membres : **Messieurs : - HODI Hassane**  
**- YAHOUEDEOU Kuassi Romuald Jean**

Rapporteur : **- Monsieur HODI Hassane**

Recours contre la décision n° 0039/OAPI/DG/CO/SSA/NF du 29 avril 1999 portant rejet de l'opposition à L'enregistrement de la marque CAMGAZ N° 37331

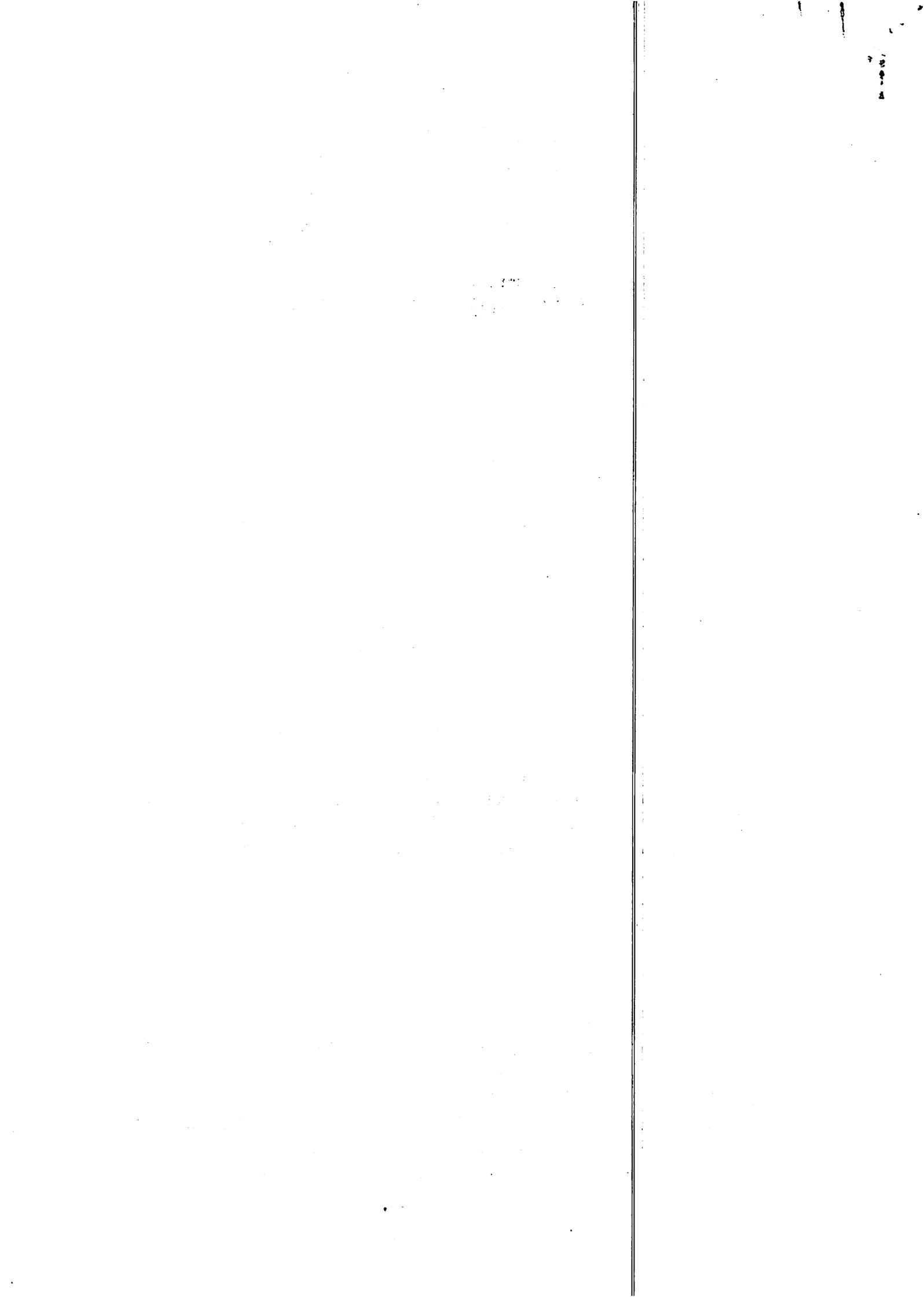
## **La Commission,**

- Vu** l'Accord de Bangui du 02 mars 1977 ;
- Vu** le Règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission ; Supérieure des Recours adopté Nouakchott le 04 décembre 1998 ;
- Vu** la décision n° 0039/OAPI/DG/CO/CSSD/NF du 29 avril 1999 portant rejet de l'opposition formée contre l'enregistrement n° 37331 de la marque « CAMGAZ » ;
- Vu** les écritures et les observations orales des parties ;

Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

**Considérant** que la Société Camerounaise de transformation Métallique ci-après (SCTM) a déposé à L'OAPI, le 23 septembre 1996, la marque CAMGAZ qui a été enregistrée sous le numéro 37331 dans la classe 4, puis publiée dans le BOPI n° 2/1998 en date du 30 juin 1998 ;

**Considérant** que suivant lettre n° BC/BKC 126/OPP CAMGAZ en date du 20 octobre 1998, la Société Application des GAZ, représentée par le Cabinet CAZENAVE a formé opposition à l'enregistrement de cette marque ;



**Qu'elle fait valoir être titulaire de la marque CAMPING GAZ déposée à l'OAPI le 9 novembre 1968, enregistrée sous le numéro 7842 dans les classes 4,6,11 ,20,21 et 28, puis publiée dans les BOPI n° 1/1972 ;**

**Qu'elle indique disposer d'un droit de propriété exclusif sur le terme CAMPING GAZ conformément à l'article 20 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;**

**Qu'elle soutient l'existence d'un risque de confusion entre sa propre marque et CAMGAZ déposée par la SCTM.**

**Considérant que par décision n° 0039/OAPI/DG/CO/CSSD/NF en date du 29 avril 1999, le Directeur Général de l'OAPI a rejeté cette opposition ayant estimé qu'au point de vue visuel et phonétique, il n'y a pas de risque de confusion pour un acheteur moyen n'ayant pas en même temps les deux marques sous les yeux ;**

**Considérant que par requête en date du 22 octobre 1999, la Société Application des GAZ a formé un recours contre cette décision ;**

**Considérant que la Société Application des gaz, pour demander à la Commission Supérieure de recours d'annuler la décision entreprise et d'ordonner la radiation de la marque CAMGAZ n° 37331, reproche au Directeur Général de l'OAPI de n'avoir pas reconnu qu'il y a risque de confusion pour un acheteur moyen n'ayant pas en même temps les deux marques sous les yeux ;**

**Qu'elle soutient l'existence de similitudes patentes entre les deux marques tant sur le plan visuel, phonétique qu'intellectuel car « CAMPING GAZ » et « CAMGAZ » sont des dénominations présentées en lettres d'imprimerie droites et noires et de largeur comparable, dénominations qui s'articulent autour de la même structure bi-syllabique « CAM et « GAZ » ;**

**Qu'elle ajoute que « CAM » comme abréviation de « Cameroun » n'est pas une appellation d'origine et que ce terme n'est pas davantage une indication de provenance ;**

**Qu'elle indique que CAMGAZ est une reproduction et une imitation imparfaite de CAMPING GAZ dans laquelle la syllabe « PING » a été soustraite ;**

**Qu'enfin au-delà des signes, les deux marques litigieuses portent sur des produits identiques en l'occurrence le gaz liquéfié, ce qui fait accroître le risque de confusion ;**





**Considérant** qu'à la lumière de l'exposé qui précède, il ressort que les motifs énoncés par le Directeur Général de l'OAPI dans la décision attaquée, et repris par celui-ci devant la Commission Supérieure de recours répondent aux griefs de la requérante et justifient par conséquent le rejet du recours,

**Qu'en effet**, « CAMPING GAZ » est une marque complexe dans son ensemble, constituée d'une vignette de couleur bleue assez illustrative pour établir la différence avec la marque « CAMGAZ » qui est verbale de sorte qu'il n'est pas possible pour un acheteur d'attention moyenne d'y faire une confusion ; qu'en outre et sur le plan phonétique, le risque de confusion est écarté, le gaz étant un produit de consommation courante ; que la syllabe commune « CAM » n'illustre point l'imitation frauduleuse alléguée, la marque CAMPING renvoyant au mot camper et la syllabe « PING » représentant un élément assez distinctif et déterminant qui ne saurait être dissocié de la syllabe « CAM » avec laquelle il forme un tout ;

**Considérant** que de tout ce qui précède, il y a lieu de rejeter le recours comme non fondé.

### PAR CES MOTIFS

**La Commission des recours statuant en premier et dernier recours,**

**En la forme : Reçoit le recours de la Société Application des GAZ, comme régulier**

**Au fond : confirme la décision n° 0039/OAPI/DG/NF du 29 avril 1999.**

Ainsi fait et jugé à Yaoundé, le 21 décembre 2000

**Le Président de la Commission**

**MOUNOM MBONG Daniel**

