

**COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS
AUPRES DE L'OAPI**

=====

Session du 21 au 29 mars 2024

DECISION N° 003/24/OAPI/CSR DU 27 MARS 2024

COMPOSITION

Président : Monsieur RIBGOALINGA Wêndinda Charles ;
Membres : Monsieur TOGOLA Fousseni ;
Monsieur KOUSSABALO Mayaba Nicolas ;
Rapporteur : KOUSSABALO Mayaba Nicolas ;

Sur le recours contre la décision n°1387/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 14 juin 2022 de Monsieur le Directeur Général de l'OAPI portant radiation de l'enregistrement de la marque " HAYAT + Logo " n°117767 ;

LA COMMISSION

- Vu** l'Accord de Bangui du 02 mars 1977, instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, révisé et entré en vigueur le 28 février 2002 ;
- Vu** le Règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission Supérieure de Recours, adopté à Nouakchott le 04 décembre 1998 ;

Raf J. Bay

aménagé à N'Djamena le 04 novembre 2001 et à Dakar le 08 décembre 2020 ;

Vu la décision n°1387/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 14 juin 2022 du Directeur général de l'OAPI, susvisée ;

Vu les écritures des parties ;

Ouï Monsieur KOUSSABALO Mayaba Nicolas en son rapport ;

Ouï les parties en leurs observations orales ;

Ouï Monsieur le Directeur Général de l'OAPI en ses observations orales ;

Et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Considérant que le 23 septembre 2020, la SOCIETE LEIMDI a déposé la marque " HAYAT + Logo " enregistrée sous le n°117767 dans la classe 29, ensuite publiée au BOPI n°12MQ/2020 paru le 15 janvier 2021 ;

Considérant que le 24 avril 2021, la société INTERNATIONAL FOODSTUFFS CO. a formé opposition contre cet enregistrement au motif que la marque "HAYAT + Logo " n°117767 de la société LEIMDI est identique à sa marque n°37366 " HAYAT + Logo " avec une légère différence constituée par la version arabe figurant sur sa marque antérieure ;

Considérant que par décision n°1387/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 14 juin 2022, le Directeur général a fait droit à cette opposition en radiant l'enregistrement de la marque " HAYAT + Logo " n°117767, motif pris de ce que, compte tenu des ressemblances visuelle, phonétique et intellectuelle prépondérantes par rapport aux différences entre la marque " HAYAT Logo " n°37366 de l'opposant et la marque " HAYAT + Logo " n°117767 du déposant prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la même classe 29, il existe un risque de confusion entre les marques des deux titulaires en conflit ;

Raw f *2024*

Considérant que par requête en date du 05 août 2022, la société LEIMDI, représentée par le Cabinet Pierre Robert FOJOU a formé un recours contre la décision n°1387/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 14 juin 2022 du Directeur général devant la Commission Supérieure de Recours ;

Qu'au soutien de son recours, elle relève que la société INTERNATIONAL FOODSTUFFS CO, tout comme le Directeur général de l'OAPI reconnaissent eux-mêmes dans la décision sus évoquée l'existence des différences entre les deux marques, tant sur les plans visuel, phonétique que conceptuel ;

Que les deux marques ne produisent pas une même impression d'ensemble tant sur les plans conceptuel que visuel dans la mesure où il se dégage une différence très visible au niveau du style d'écriture utilisé pour l'élaboration de ces marques ; qu'on ne pourrait ne pas remarquer la version arabe figurant sur la marque antérieure, tellement sa mise en relief est patente ; que les deux marques peuvent valablement coexister ;

Que conformément à l'instruction administrative n°3.12, elle a limité dans la classe 29 les produits et signes couverts par sa marque, à savoir, les produits à base d'huiles et graisses à usage alimentaire, contrairement à la société INTERNATIONAL FOODSTUFFS CO qui revendique la totalité des produits de la classe 29 ; que d'ailleurs, son enregistrement est conforme aux dispositions de l'article 18 de l'Accord de Bangui (sic) ; qu'ainsi, la présentation d'ensemble des deux signes ne permet de relever aucun élément pouvant induire un risque de confusion, à l'opposé de l'analyse de la société INTERNATIONAL FOODSTUFFS CO qui a consisté dès la procédure devant la commission des oppositions à détacher un des éléments distinctifs de la marque querellée pour faire la comparaison avec son signe ;

Qu'il estime que conformément aux dispositions de l'article 3 (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, il n'existe pas suffisamment d'éléments pertinents rendant impossible la coexistence entre les marques en conflit ;

Considérant que dans son mémoire en réplique, la Société INTERNATIONAL FOODSTUFFS CO explique qu'au regard de la translittération qu'elle a faite de sa marque au moment de l'enregistrement de celle-ci et qui renvoyait au terme " LIFE " (en français " VIE "), il n'existe aucun lien évident, sémantique comme conceptuel, entre cette translittération et les produits visés par la classe 29, tout particulièrement les " huiles et



graisses à usage alimentaire " ;

Qu'une fois la marque dûment enregistrée et publiée par l'OAPI, son éventuel défaut de distinctivité ne saurait plus être discuté devant la Commission Supérieure de Recours, mais plutôt devant les Tribunaux judiciaires compétents des États membres, conformément aux dispositions de l'article 24 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que dès lors, la faible distinctivité de la marque querellée ne saurait prospérer auprès de la Commission Supérieure de Recours ;

Que la marque " HAYAT + LOGO " n°117767 de la recourante reproduit à l'identique le signe verbal " HAYAT " avec la même police et le même style d'écriture y compris dans sa forme stylisée par un demi-cercle, lequel est l'élément prépondérant de la marque antérieure " HAYAT Logo in English and Arabic " n°37366, lui appartenant ;

Que devant la Commission des Oppositions, ni elle, ni le Directeur général n'ont reconnu nulle part l'existence de différences entre les marques en cause, et pour lesquelles, le consommateur d'attention moyenne, résidant de la zone majoritairement francophone de l'OAPI, ne verrait, n'entendrait ou n'imaginerait une différence notoire ;

Qu'en application de l'article 7 (2) de l'Accord de Bangui, le risque de confusion est présumé dès lors que deux marques sont identiques et sont enregistrées pour des produits identiques ; qu'en l'espèce, les deux marques déposées sont identiques et couvrent les mêmes produits ; qu'en conséquence, le risque de confusion est présumé ; que dès lors, elles ne peuvent coexister ;

Considérant que dans ses observations en date du 27 octobre 2022, le Directeur général de l'OAPI estime que, sur le plan visuel, la marque querellée " YAHAT + Logo " n°117767 reproduit le terme "HAYAT" qui est l'élément verbal d'attaque et prépondérant de la marque antérieure " HAYAT Logo " n°37366 de l'opposante ; que sur le plan phonétique, les marques se prononcent de la même manière ; que les deux marques désignent les produits identiques et similaires de la classe 29 ; qu'il conclut donc qu'il existe un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les marques sous les yeux en même temps, ni à l'oreille à des temps rapprochés ;

René J. SCA

En la forme,

Considérant que le recours de la société LEIMDI, représentée par le cabinet Pierre Robert FOJOU, a été introduit dans les forme et délai prescrits par la loi ; qu'il est donc régulier et mérite d'être déclaré recevable ;

Au fond,

Considérant 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 dépourvue de caractère distinctif et si elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire et qui est déjà enregistrée 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 du même texte énonce que « *l'enregistrement de la marque confère à son titulaire le droit exclusif d'empêcher tous les tiers agissant sans son consentement de faire usage au cours d'opérations commerciales de signes identiques ou similaires pour des produits ou services qui sont similaires à ceux pour lesquels la marque de produits ou de services est enregistrée dans le cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion (...)* » ;

Considérant qu'il est reproché à la décision n°1387/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 14 juin 2022 du Directeur général de l'OAPI d'avoir radié la marque « HAYAT + Logo » n°117767 au motif qu'il y a un risque de confusion entre les deux marques en conflit puisqu'elles sont identiques et couvrent les mêmes produits de la classe 29 ;

Considérant que la marque " HAYAT + LOGO " n°117767 de la recourante reproduit à l'identique le signe verbal " HAYAT " avec la même police et le même style d'écriture y compris dans sa forme stylisée par un demi-cercle, lequel est l'élément prépondérant de la marque antérieure " HAYAT + Logo in English and Arabic " n°37366 ;

Que l'analyse révèle une différence au niveau du style d'écriture utilisé pour l'élaboration de ces marques et l'existence de la version arabe figurant sur la marque antérieure " HAYAT + Logo in English and Arabic " n°37366 ; que



cependant, ces différences sont mineures ;

Considérant que les deux marques sont identiques et sont enregistrées pour des produits identiques et similaires ; qu'en conséquence, le risque de confusion est important pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les marques sous les yeux en même temps, ni à l'oreille à des temps rapprochés ;

PAR CES MOTIFS

Statuant en premier et dernier ressort ;

En la forme : **déclare la société LEIMDI recevable en son recours ;**

Au fond : **l'en déclare mal fondée et l'en déboute ;**

Ainsi fait et jugé à Yaoundé le 27 mars 2024

Le président,


RIBGOALINGA Wêndinda Charles

Les membres,


TOGOLA Fousséni


KOUSSABALO Mayaba Nicolas