

## COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS AUPRES DE L'OAPI

=====

*Session du 14 au 18 octobre 2019*

### DECISION N° 0013/19/OAPI/CSR

#### COMPOSITION

Président :           Monsieur   MAÏ MOUSSA Elhadji Basshir  
Membres :            Monsieur   Amadou Mbaye GUISSÉ  
                          Monsieur   Hyppolite TAPSOBA  
Rapporteur :        Monsieur   Hyppolite TAPSOBA

Sur le recours en annulation de la décision n°597/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 03 décembre 2018 portant radiation partielle de l'enregistrement n°86701 de la marque « CGNAH + Vignette »

#### LA COMMISSION

- Vu** l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) ;
- Vu** l'Annexe III dudit Accord et notamment son article 18 ;
- Vu** Le règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission Supérieure de Recours adopté à Nouakchott le 04 décembre 1998 et aménagé à N'djamena le 04 novembre 2001 ;



# COMMISSION SUPÉRIEURE DE RECOURS AUPRÈS DE L'ORFI

\*\*\*\*\*

Orfi du 14 Mars 2018

## PROPOSITION N° 001/2018

### COMPOSITION

N°	NOM	FONCTION
1	M. MOUSSA ELMI	Président
2	M. MOUSSA ELMI	Vice-président
3	M. MOUSSA ELMI	Membre
4	M. MOUSSA ELMI	Membre
5	M. MOUSSA ELMI	Membre

### LA COMMISSION

La Commission a été constituée en vertu de l'article 10 de la Loi n° 11/2018 du 14 Mars 2018 relative à l'Orfi.

Elle est composée de cinq membres, dont un président et quatre membres.

Le Président de la Commission est M. MOUSSA ELMI.

Les membres de la Commission sont :

- M. MOUSSA ELMI (Vice-président)
- M. MOUSSA ELMI (Membre)
- M. MOUSSA ELMI (Membre)
- M. MOUSSA ELMI (Membre)

**Vu** le certificat d'enregistrement n°86701 de la marque « CGNAH + Vignette » ;

**Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 22 septembre 2017 par la société Anhui Conch Group Company Limited, représentée par le cabinet Spoor & Fisher Inc ;/Ngwafor & Partners Sarl ;

**Vu** la décision n°597/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 03 décembre 2018 portant radiation partielle de l'enregistrement de la marque « CGNAH + Vignette » n°86 701;

**Vu** les écritures des parties ;

**Oui** Monsieur Hyppolite TAPSOBA en son rapport ;

**Oui** les parties en leurs observations orales ;

**Considérant** que la marque « CGNAH + Vignette » a été déposée le 03 août 2015 par Monsieur Thior CHEICK et enregistrée sous le n°86701 pour la commercialisation des produits des classes 6, 17 et 19, ensuite publiée au BOPI n°02MQ/2016 paru le 22 mars 2017 ;

**Qu'**une opposition à cet enregistrement a été formulée le 22 septembre 2017 par la société Anhui Conch Group Company Limited, représentée par le cabinet Spoor & Fisher Inc./Ngwafor & Partners Sarl ;

**Considérant** que par décision n°597/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 03/12/2018, le Directeur Général de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) a procédé à la radiation partielle de l'enregistrement n°86701 de la marque « CGNAH + Vignette » au motif que du point de vue visuel et conceptuel, la structure des éléments verbaux des marques en conflit présente des caractéristiques communes, une impression d'ensemble similaire et une même construction des signes ; qu'ils sont composés de cinq (05) lettres dont les deux premières lettres « C » et les deux dernières lettres « H » sont identiques, une lettre médiane « N » identique et ayant la même structure ;

**Considérant** que par requête en date du 07 mars 2019, Monsieur Thior CHEICK a saisi la présente Commission en annulation de la décision susvisée ;

Au soutien de son action, il explique d'abord que son recours est recevable pour avoir été déposé dans les forme et délai requis ; qu'en effet il a reçu la décision querellée le 28 février 2019 ;

T

sp

huf

1. *Introduction*

2. *Methodology*

3. *Results*

4. *Discussion*

5. *Conclusion*

6. *References*

7. *Appendix*

8. *Tables*

9. *Figures*

10. *Summary*

11. *Index*

**Que** l'enregistrement de sa marque est conforme aux dispositions des articles 2 et 3 de l'Annexe III de l'accord de Bangui ;

**Que** son recours se fonde sur les dispositions de l'article 33 alinéa (d) de la section II du titre III des dispositions générales de l'Accord de Bangui révisé relativement aux décisions concernant les oppositions ;

**Qu'**il base son argumentaire sur l'absence de risque de conflit entre les marques et donc de leur possible coexistence dans l'espace OAPI ;

**Qu'**au titre de l'absence de risque de confusion Monsieur Thior CHEICK fait valoir qu'il y a lieu de rappeler que le risque de confusion doit s'apprécier au regard des éléments consubstantiels et constitutifs des signes en conflit en tenant compte du caractère distinctif, de l'usage et des éléments dominants des signes ; qu'ainsi en comparant les signes en cause, il convient de relever que sa marque « CGNAH » est le sigle qui désigne l'entreprise individuelle dénommée « C. GNAH » ; qu'en outre d'autres éléments accompagnent ce sigle en l'occurrence les deux bandes noires horizontales qui encadrent ledit sigle qui est lui-même contenu dans une bande blanche le tout faisant de cet ensemble une vignette que l'on ne saurait confondre à la marque « CONCH » de l'opposant qui est essentiellement une marque nominale ; qu'il n'y a pas de risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne que la Commission Supérieure de Recours avait décidé le 26 mars 2004 de tenir compte de son niveau intellectuel dans l'application des lois ;

**Que** concernant la possibilité de coexistence il invoque la différence non seulement entre les produits couverts par les marques mais aussi les signes eux-mêmes ;

**Qu'**il précise qu'en ce qui concerne les produits sa marque couvre ceux des classes 6, 17 et 19 ; que la marque de l'opposant couvre uniquement la classe 19 de sorte que les deux signes peuvent coexister ;

**Qu'**il ajoute que la comparaison des signes eux-mêmes font ressortir des différences au point de vue conceptuel, visuel et phonétique ;

**Que** du point de vue conceptuel, sa marque « CGNAH + Vignette » est composée d'une partie figurative représentant un logo composé de trois bandes de dimensions égales qui contiennent le terme « CGNAH » faisant d'elle une marque complexe alors que la marque de l'opposant est uniquement verbale ;

**Que** du point de vue visuel, le signe constituant sa marque est constitué d'une partie figurative représentant un logo renvoyant à une vignette de trois bandes dont deux de couleur noire au milieu desquelles est contenue une bande blanche sur laquelle est inscrit le terme « CGNAH », lequel terme fait ressortir une lettre médiane « N » avec une couleur rouge ;



**Que** du point de vue phonétique, il importe de relever que la marque antérieure est essentiellement composée d'un terme nominal « CONCH » constitué de cinq lettres formant deux syllabes que sont : [CON/CH] ; qu'alors que sa marque est composée d'un élément verbal [CGNAH] 'analysant en un sigle de cinq lettres qui sur le plan auditif s'éloigne nettement du terme verbal de la marque antérieure ;

**Qu'**en réponse l'intimé, la société Anhui Conch Group Company Limited, représentée par le cabinet Spoor & Fisher Inc ;/Ngwafor & Partners Sarl , fait valoir que la décision attaquée est conforme à la loi, motivée et mérite confirmation ;

**Qu'**elle explique que ses conclusions versées lors de la procédure d'opposition sont valables en l'espèce ;

**Qu'**il existe un risque de confusion entre les signes en cause ; que pour ce, il est important de considérer les éléments individuels mais de tenir compte de la similarité d'ordre général ;

**Qu'**en outre il existe une identité de classe de produits ; que sa marque couvre les produits de la classe 19 ; que le déposant a revendiqué la même classe ;

**Qu'**en outre elle confirme les dires de son contradicteur en ce que le risque de confusion doit être évalué en rapport avec le consommateur typique de l'OAPI qui est informé et qui fait raisonnablement attention ;

**Qu'**en ce qui concerne les marques en cause la similarité est telle que le consommateur pourrait croire qu'il s'agit d'entreprises économiquement liées ; que son contradicteur s'est clairement approprié des éléments distinctifs de sa marque ;

**Que** dans ces conditions il plaira à la Commission Supérieure de confirmer la décision du directeur et à rejeter le présent recours ;

**Considérant** que dans ses observations écrites du 02 septembre 2019, l'OAPI représentée par son Directeur Général soutient qu'il existe un risque de confusion entre les marques « CGNAH + Vignette » n°86701 et « CONCH » n°57363 des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires de la même classe19 ; que les différences invoquées par le déposant ne supprimant pas ce risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux en même temps;



**Considérant** qu'à l'audience du 15 octobre 2019, seule la société Anhui Conch Group Company Limited, représentée par le cabinet Spoor & Fisher Inc./ Ngwafor & Partners Sarl a comparu ;

**Que** les développements faits n'ont pas fondamentalement varié avec ses écrits versés au dossier ;

**Que** le Directeur général de l'OAPI qui a eu la parole en dernier a déclaré s'en tenir à ses écrits ;

**En la forme :**

**Considérant** que la requête a été déposée dans les formes et délais légaux ; qu'il y a lieu de la déclarer recevable ;

**Sur le Fond :**

**Considérant** qu'il résulte des dispositions de l'alinéa 3 de l'article 3 (b) de l'annexe III de l'accord de Bangui révisé qu'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» ;

**Considérant** que l'article 7 de l'Annexe III du même accord reconnaît au titulaire de la marque déposée la première le droit non seulement d'utiliser cette marque ou un signe lui ressemblant pour les services ou produits correspondants mais également d'empêcher les tiers de faire usage sans son consentement de signes identiques ou similaires au cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion ;

**Considérant** que la contrefaçon d'une marque s'apprécie au regard des ressemblances ;

**Considérant** que dans la présente espèce, les marques « CGNAH + Vignette » n°86701 et « CONCH » n°57363 présentent plus de dissemblances que de similitudes ;

**Considérant** que pour fonder son action l'opposant invoque l'identité de la classe de produits revendiquée par le déposant ;

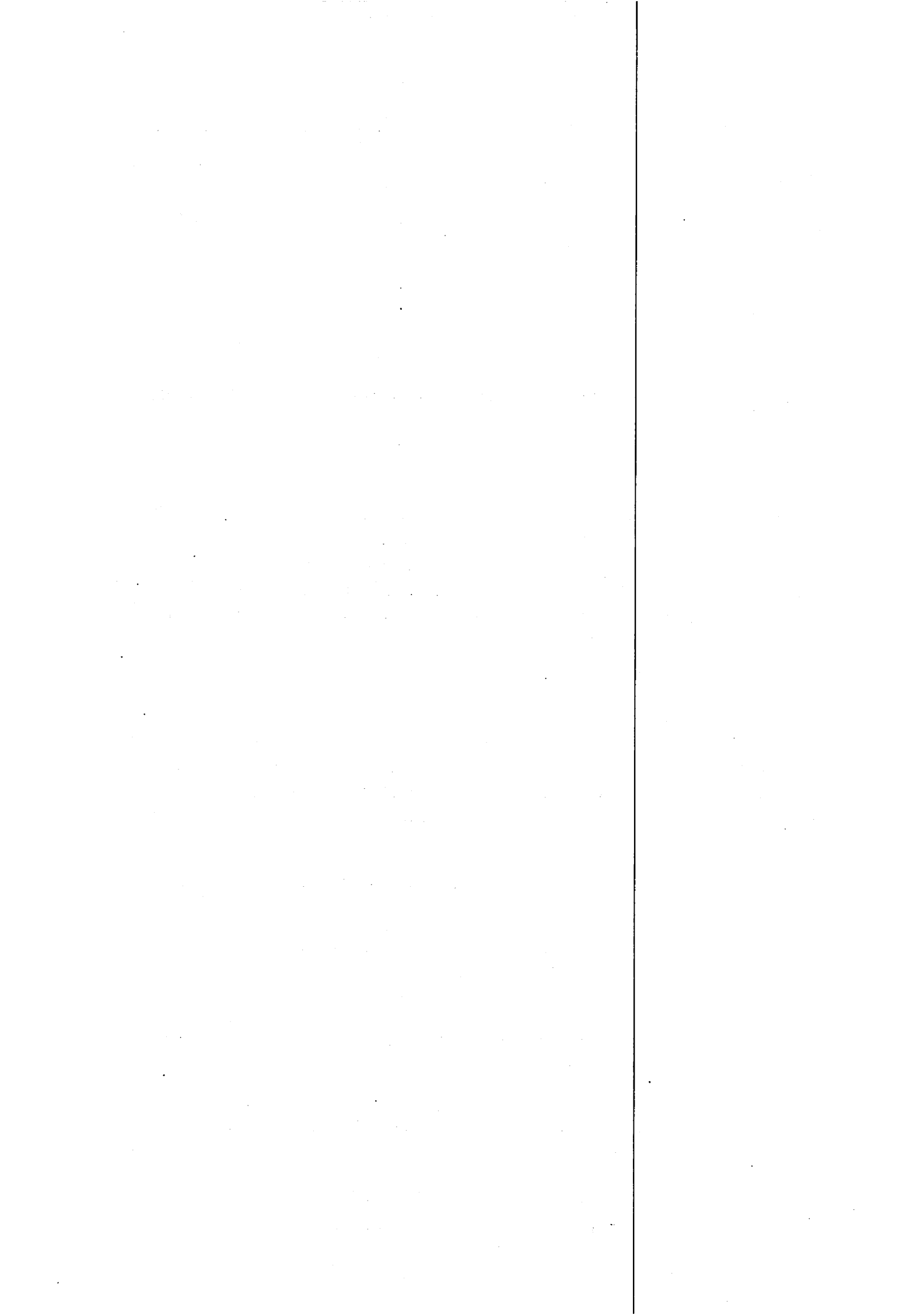
**Mais, considérant** que la classe de produit en elle-même ne constitue pas la contrefaçon mais un point de départ pour l'appréciation de celle-ci ; que c'est parce qu'il s'agit de la même classe ou une classe similaire que la contrefaçon

T

JP

Spoor





peut être invoquée ; que dans le cas contraire il s'agira d'une concurrence déloyale ;

**Considérant** que la société Anhui Conch Group Company Limited étant la première à enregistrer sa marque, elle est fondée conformément à l'article 7 susvisé à interdire ou empêcher toute personne d'utiliser sa marque ou tout signe lui ressemblant ;

**Que** la marque du déposant présente des similitudes visuelles et conceptuelles manifestes avec sa marque ; qu'elle est susceptible de créer un risque de confusion avec cette dernière lorsqu'elle est utilisée pour les mêmes produits en raison de leur nature, leur destination et leur usage empruntant les mêmes canaux de commercialisation ; que le consommateur d'attention moyenne peut les confondre et ou croire les deux marques proviennent d'une même entreprise ou d'entreprises économiquement liées ;

**Que** l'examen des différences s'impose ;

**Considérant** que la marque du déposant est différente de celle de l'opposant ;

**Que** du point de vue visuel, le signe constituant la marque du déposant est constitué d'une partie figurative représentant un logo renvoyant à une vignette de trois bandes dont deux de couleur noire au milieu desquelles est contenue une bande blanche sur laquelle est inscrit le terme « CGNAH », lequel terme fait ressortir une lettre médiane « N » avec une couleur rouge ;

**Que** du point de vue phonétique, il importe de relever que la marque antérieure est essentiellement composée d'un terme nominal « CONCH » constitué de cinq lettres formant deux syllabes que sont : [CON/CH] ; qu'alors que sa marque est composée d'un élément verbal [CGNAH] s'analysant en un sigle de cinq lettres qui sur le plan auditif s'éloigne nettement du terme verbal de la marque antérieure ;

**Que** du point de vue conceptuel, la marque « CGNAH + Vignette » est composée d'une partie figurative représentant un logo composé de trois bandes de dimensions égales qui contiennent le terme « CGNAH » faisant d'elle une marque complexe alors que la marque de l'opposant est uniquement verbale ;

**Que** tous ces éléments combinés donnent une impression d'ensemble qui différencie nettement la marque « CGNAH + Vignette » n°86701 de « CONCH » n°57363 ;

**Qu'en** conclusion les marques « CGNAH + Vignette » n°86701 et « CONCH » n°57363 peuvent coexister sans risque de confusion ;





**Par ces motifs ;**

La Commission Supérieure de Recours, statuant en premier et dernier ressort ;

**En la forme : Déclare recevable Monsieur Thior CHEICK en son recours ;**

**Au fond : Le déclare bien fondé ;**

**Infirme la décision du Directeur Général de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) n°597/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 03 décembre 2018 portant radiation partielle de l'enregistrement de la marque « CGNAH + Vignette » n°86 701 ;**

**Dit que les deux marques « CGNAH + Vignette » n°86701 et « CONCH » n°57363 peuvent coexister sans risque de confusion ;**

**Rejette par conséquent l'opposition de la société Anhui Conch Group Company Limited, représentée par le cabinet Spoor & Fisher Inc ;/Ngwafor & Partners Sarl comme étant mal fondée.**

Ainsi fait et jugé à Yaoundé, le 18 octobre 2019

Le Président,

  
**MAÏ MOUSSA Elhadji Basshir**

Les Membres :

  
**M. Amadou Mbaye GUISSÉ**

  
**M. Hyppolite TAPSOBA**

