

## COMMISSION SUPERIEURE DE RECOURS AUPRES DE L'OAPI (CSR)

=====

*Session du 30 mai au 08 juin 2024*

### **DECISION N° 017/24/OAPI/CSR DU 06 JUIN 2024**

#### COMPOSITION

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

Sur le recours en annulation de la **Décision n°1525/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 25 janvier 2023 du Directeur Général de l'OAPI portant radiation de l'enregistrement de la marque « FANGA + LOGO » n°121113 ;**

#### LA COMMISSION

- Vu** l'Accord de Bangui du 02 mars 1997 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, Acte du 14 décembre 2015, entré en vigueur le 14 novembre 2020 ;
- Vu** le Règlement portant organisation et fonctionnement de la Commission Supérieure de Recours, adopté à Nouakchott le 04 décembre 1998, aménagé à N'djamena le 04 novembre 2001 et à Dakar le 08 décembre 2020 ;
- Vu** la Décision n°1525/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 25 janvier 2023 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 10 mars 2021, la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE, représentée par la SCP HOUDA & ASSOCIES, Avocat au barreau du Sénégal, a déposé la marque « FANGA + LOGO », enregistrée sous le n°121113 pour les produits de la classe 32 et publiée au BOPI n°06MQ/2021 paru le 16 juillet 2021 ;

**Considérant** que le 06 janvier 2022, la société THE COCA COLA COMPANY, représentée par le cabinet AKKUM, AKKUM & ASSOCIATES a formé opposition contre cet enregistrement, au motif que la comparaison des signes sur les plans visuel et phonétique, fait apparaître que la marque «FANGA» est similaire à ses marques FANTA + LOGO » n°108999 déposée le 14 juin 2019, dans la classe 32 et « FANTA + LOGO » n°67878 déposée le 19 mai 2011, dans la classe 32 ;

**Considérant** que par Décision n°1525/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 25 janvier 2023, le Directeur Général de l'OAPI a radié l'enregistrement de la marque « FANGA + LOGO » n°121113 en application des dispositions de l'article 18 (2) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE n'ayant pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société THE COCA COLA COMPANY ;

**Considérant** que par requête en date du 13 avril 2023 reçue à l'OAPI le 24 avril 2023, la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE a formé un recours en annulation contre cette décision devant la Commission Supérieure de Recours ;

**Que** dans son mémoire ampliatif en date du 13 avril 2023 reçu à l'OAPI le 24 avril 2023, elle fait observer que le retard de sa réponse à l'avis d'opposition formulée par la société THE COCA COLA COMPANY est dû à la maladie de son Directeur Général qui n'a pas pu être disponible pendant un long moment ;

que cette maladie a causé une certaine désorganisation en son sein ;

**Que** la comparaison des marques en conflit fait apparaître sur le plan visuel que les différences sont plus prépondérantes que les supposées ressemblances ; qu'elles ont des traits caractéristiques très opposés ; qu'en effet, la marque de COCA COLA COMPANY est de couleur blanche et bleue claire sur un fond bleu foncé et attaché à un support ressemblant à une feuille d'arbre ; que sa marque « FANGA » est de couleur argentée apposée sur une bouteille de forme cylindrique de couleur orange foncée et bleu foncée ; que les caractères des écritures des deux marques sont très différents ; que le descriptif « ENERGY DRINK » qui se trouve en bas de la marque « FANGA +LOGO » n'existe pas dans la marque de COCA COLA COMPANY ; qu'ainsi l'aspect phonétique pris en considération par la décision querellée ne doit pas ignorer l'aspect visuel et intellectuel ;

**Que** sur le plan phonétique, les deux marques se différencient par les lettres « T » qui est dans la marque « FANTA » et « G » de la marque « FANGA » ; que chacune de ces deux lettres ne se trouve pas dans la marque adverse ; que la prononciation des deux marques n'est pas la même surtout que chacune des deux marques est composée de deux petites syllabes ;

**Qu'**au plan intellectuel, dans le contexte africain des États de l'OAPI, « FANTA » est un nom de jeune fille sans autre signification particulière tandis que la notion de « FANGA » symbolise la " force" et désigne les trajectoires personnelles et l'environnement social des personnes ; que « FANGA » fait référence à la puissance et la force de la boisson énergisante qui est le produit, alors que « FANTA » désigne un nom de jeune fille très répandu ;

**Que** sur la comparaison des produits, la marque « FANTA » concerne une boisson non énergisante alors que la marque « FANGA » porte sur une boisson énergisante ; que les produits des deux marques présentent une apparence différente ; que la boisson FANTA de COCA COLA COMPANY est de couleur orange clair ; que cette couleur est similaire à celle du fruit (*sic!*) avec une écriture de la marque au milieu en couleur blanc clair avec des feuilles d'épice ; que la boisson FANGA est en revanche composée de deux couleurs bleu foncé et corail (orange foncée) et la marque est écrite dans le même sens que la bouteille et en couleur argentée ; qu'en outre, la forme des produits est également différente à l'œil nu ; qu'en plus, les deux produits ne sont pas forcément destinés au même public puisque nombreux sont ceux qui ne boivent pas les boissons énergisantes ;

R.W. 

**Que** pour conforter sa position, la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE invoque les Décisions n°1088/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG dans l'affaire opposant la marque « LIGHT » à la marque « LIGHT UP » et n°143/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « SUPER CLEAN » n°74288 ;

**Considérant** que par un mémoire en réponse en date du 27 septembre 2023 reçu à l'OAPI le même jour, la société THE COCA COLA COMPANY soutient que la raison pour laquelle la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE n'a pas réagi à l'avis d'opposition dans le délai ne suffit pas à remettre en cause l'application des dispositions de l'article 18 (2) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

**Qu'**au fond, la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE a incorrectement référencé les produits pour lesquels ses marques respectives sont utilisées au lieu de les comparer à ceux réellement couverts par la marque contestée ; qu'elle a présenté le produit tel qu'il est employé alors qu'il devait être comparé tel qu'il est déposé ; qu'en réalité, son enregistrement pour la marque verbale FANTA, *per se*, lui donne le droit d'utiliser sa marque dans n'importe quel format ou stylisation ; que la combinaison d'un élément verbal, FANGA, qui imite si étroitement sa marque bien connue FANTA, avec le schéma de couleurs identique pour lequel les boissons de marque FANTA sont devenues connues, illustre l'intention de la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE de créer une confusion et de tirer indûment profit de la réputation de sa marque ; qu'elle a clairement indiqué dans l'acte d'opposition qu'elle est titulaire des enregistrements n°83039, n°32021001163 et n°108999, tous en classe 32 constituant ses marques « FANTA » ; que la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE a limité son évaluation des marques à l'enregistrement n°108999 sans prendre en compte tous ses enregistrements antérieurs à l'OAPI, y compris pour la célèbre marque FANTA ;

**Que** sur la comparaison des deux marques, elle précise qu'elle a enregistré la marque FANTA en lettres capitales et utilise cette marque sous différentes formes et variations qu'elle a fait enregistrer au cours des années ; que la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE a choisi d'enregistrer sa marque FANGA dans la combinaison de couleurs qui est

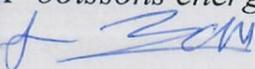
associée aux boissons FANTA, de sorte qu'il est très probable que tout consommateur confronté à la marque contestée peut présumer qu'il s'agit d'une extension des boissons de marque FANTA ou, à tout le moins, s'interroger sur l'existence d'un lien ;

**Que** sur le plan visuel, la similitude déroutante entre les marques respectives est indéniable ; que la seule différence entre les marques FANTA et FANGA réside dans les lettres "T" et "G" en tant qu'avant-dernière lettre de chaque marque ; que les trois premières lettres et l'ensemble de la première syllabe des deux marques sont identiques ; que la dernière lettre et le son global de la deuxième syllabe sont aussi identiques ;

**Que** sur le plan phonétique, la différence des lettres "T" et "G" ne change pas le son phonique de ces deux marques ; que les mots « *energy drink* » ajoutés à la marque FANGA sont purement descriptifs et n'ont aucune fonction distinctive puisqu'ils sont discrets ;

**Que** la signification des mots FANTA et FANGA ne peut donner lieu à une différence conceptuelle notable au regard des nombreuses similitudes visuelles et phonétiques entre les marques en conflit ; que le mot "FANTA" qui peut être un nom de famille dans certains pays d'Afrique de l'Ouest a indubitablement acquis une signification distincte dans le domaine des boissons non alcoolisées, en tant qu'indication d'origine exclusive des produits du défendeur ; que par contre, le mot "FANGA" semble avoir une signification limitée à la force dans la seule langue Dyula/Dioula parlée dans certains des États membres de l'OAPI ; que la référence potentielle au concept de force qui peut être faite par la marque FANGA est très limitée et ne peut donner lieu à une différence conceptuelle notable ;

**Que** s'agissant de la comparaison des produits des deux marques en conflit, les produits de ses marques FANTA sont identiques dans certains cas, et similaires dans d'autres aux produits couverts par la marque contestée FANGA ; que d'ailleurs, la spécification de la marque contestée n'a pas été limitée aux "*boissons énergisantes*"; que celles-ci seraient toujours identiques aux "*boissons non alcoolisées*" si la spécification de la marque contestée était limitée aux "*boissons énergisantes*" ;

RW  


**Que** concernant la forme des produits, telle que la forme de la canette, celle-ci n'est absolument pas pertinente pour l'évaluation du risque de confusion ;

**Considérant** que par un mémoire en réplique en date du 28 novembre 2023 reçu à l'OAPI le même jour, la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE, agissant par le biais de son conseil, le cabinet d'Avocats HOUDA, Avocat au barreau du Sénégal, estime que la question de forme relative aux délais de réponse ne peut plus servir de fondement pour la solution du présent litige dès lors que la décision attaquée a statué sur le fond de l'opposition en procédant à la comparaison des marques en conflits ; que l'examen du fond du litige s'impose ; qu'il ressort de cet examen que les marques de la société THE COCA COLA COMPANY présente suffisamment de différences avec la marque FANGA comme déjà démontré ;

**Considérant** que dans ses observations en date du 11 juin 2023, le Directeur Général de l'OAPI soutient que par lettre n°0133/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG/sha du 22 février 2022, l'avis d'opposition a été communiqué à la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE ; que celle-ci n'a pas réagi, dans les délais, à cet avis d'opposition, rendant de ce fait applicables les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

### **En la forme**

**Considérant** que le recours formulé par la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE, représentée par la SCP HOUDA & ASSOCIES, avocat au barreau du Sénégal, a été introduit dans les formes et délais prescrits par la loi ; qu'il est donc régulier et mérite d'être déclaré recevable ;

### **Au fond**

**Considérant** que l'article 18 (2)0 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui prévoit que « *l'Organisation envoie une copie de l'avis d'opposition au déposant ou à son mandataire qui peut répondre à cet avis en motivant sa réponse, dans un délai de 03 mois renouvelable une fois. Cette réponse est* »

*communiquée à l'opposant ou à son mandataire. Si sa réponse ne parvient pas à l'Organisation dans le délai prescrit, le déposant est réputé avoir retiré sa demande d'enregistrement et cet enregistrement est radié » ;*

**Considérant** que la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE reproche à la Décision n°1525/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 25 janvier 2023 du Directeur Général de l'OAPI d'avoir radié l'enregistrement de la marque « FANGA + LOGO » n°121113 sur le fondement de l'article 18 (2) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, alors selon elle, que le Directeur Général de l'OAPI ayant statué sur le fond de l'opposition en procédant à la comparaison des marques en conflit et leurs produits, la question de forme relative aux délais ne peut plus servir de fondement pour la solution du litige ;

**Considérant** que l'examen de la décision querellée du Directeur Général de l'OAPI laisse apparaître que celle-ci n'est pas fondée sur le risque de confusion mais sur les conséquences du défaut de réponse à l'avis d'opposition en application de l'article 18 (2) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ; que la comparaison des marques en conflit que la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE impute à cette décision n'est en réalité qu'un exposé des moyens de l'opposante ;

**Considérant** qu'il résulte des pièces versées au dossier que l'avis d'opposition à l'enregistrement de la marque « FANGA + LOGO » n°121113 a été transmis à la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE par lettre n°0133/OAPI/DG/DGA/DAJ/sha en date du 22 février 2022 ; que ni dans son mémoire ampliatif, ni dans son mémoire en réplique, elle ne nie avoir reçu cet avis d'opposition ; qu'elle ne conteste non plus n'y avoir jamais répondu ; que seulement pour se justifier, elle invoque la maladie de son Directeur Général ; que mais cette information n'a jamais été portée à la connaissance de l'OAPI ; que du reste, elle ne démontre pas en quoi la maladie de son Directeur Général qu'elle prétend l'avoir désorganisée a pu constituer un empêchement dirimant pour répondre à l'avis d'opposition ; que c'est donc à raison que le Directeur Général de l'OAPI lui a fait application de l'article 18 (2) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

**Considérant** que c'est alors à bon droit que par Décision n°1525/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG du 25 janvier 2023, le Directeur Général de l'OAPI a radié l'enregistrement de la marque « FANGA + LOGO » n°121113 ;

qu'il convient donc de rejeter la demande d'annulation de cette décision ;

**PAR CES MOTIFS**

Statuant en premier et dernier ressort ;

En la forme : **déclare la SOCIETE MODERNE DE LIMONADERIE DE COTE D'IVOIRE recevable en son recours ;**

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

Ainsi fait et jugé à Yaoundé, le 06 juin 2024

Le président,

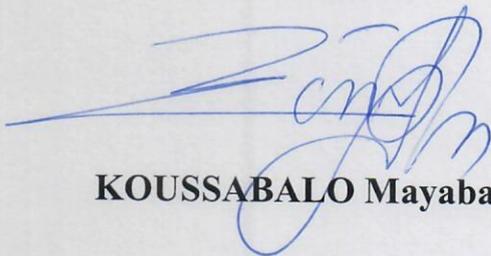


**RIBGOALINGA Wêndinda Charles**

Les membres,



**TOGOLA Fousséni**



**KOUSSABALO Mayaba Nicolas**