

DECISION N° 513/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « MAMA GOLD + Logo » n° 84056

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° 84056 de la marque « MAMA GOLD + Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 22 décembre 2016 par la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire, (CAPRA-CI), représentée par Maître Henri Michel KOKRA ;

Attendu que la marque « MAMA GOLD + Logo » a été déposée le 21 novembre 2013 par la société OLAM CAM S.A et enregistrée sous le n° 84056 pour les produits relevant de la classe 30, ensuite publiée au BOPI n° 08MQ/2015 paru le 03 août 2016 ;

Attendu que la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire (CAPRA-CI) fait valoir au soutien de son opposition, qu'elle est propriétaire de la marque « MAMAN + Logo » n° 41463 déposée le 16 août 1999 pour désigner les produits alimentaires des classes 29, 30 et 32 ; que cet enregistrement est encore en vigueur suite au renouvellement intervenu en 2009 ; qu'étant le premier à demander l'enregistrement de sa marque, la propriété de celle-ci lui revient conformément à l'article 5 alinéa 1^{er} de l'Annexe III dudit Accord ; qu'elle a le droit exclusif d'utiliser sa marque 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 « MAMAN + Logo » 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 « MAMA GOLD + Logo » n° 84056 au motif que cette marque présente des similitudes visuelle, phonétique et intellectuelle avec sa marque antérieure, qu'elle est susceptible de créer un risque de confusion avec cette dernière, lorsqu'elle est utilisée pour des produits identiques ou similaires de la même classe 30 parmi lesquels le riz ;

Que l'observation des marques en conflit révèle que la marque « MAMA GOLD » querellée imite sur le plan visuel, phonétique et conceptuel sa marque antérieure « MAMA + Logo » n° 41463 ;

Que du point de vue visuel, les deux marques en conflit ont une présentation similaire ; qu'elle font apparaître toutes les deux dans leurs logos et en premier plan l'image d'une femme ; que leurs éléments verbaux sont disposés de la même manière au-dessus de l'image de la femme ; que du point de vue intellectuel, les deux marques sont conçues sur le thème de la mère nourricière ; que l'utilisation de ce même référentiel est d'autant plus source de confusion que dans la plupart des langues locales de l'espace OAPI, le terme « MAMA » est synonyme et interchangeable avec celui de « MAMAN » étant tous deux employés pour désigner la mère et que le fait de soustraire le « N » à « MAMAN » pour en faire « MAMA » ne change strictement rien à cette identité des éléments verbaux ;

Que du point de vue phonétique, les syllabes initiales des marques en conflit sont identiques « MA » et « MA » et produisent la même sonorité ; que la différence de sons des syllabes de fin « MA » et « MAN » ne suffit pas à atténuer les similitudes phonétiques des marques en conflit ; que l'adjonction du vocable « GOLD » dans la marque du déposant ne constitue pas un élément de différenciation car son impact est amoindri du fait de sa position finale, étant donné que l'attention du consommateur moyen est captée par les éléments d'attaque en l'occurrence « MAMA » et « MAMAN » ;

Que les marques en conflit présentent des similitudes suffisantes pour établir l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public, lorsqu'elles sont utilisées en rapport des produits identiques ou similaires de la même classe 30 ; que l'identité et la similarité des produits couverts par les deux marques renforcent l'impression d'ensemble qui se dégage de la similarité des signes au point de rendre impossible la coexistence des marques sur le territoire des Etats membres de l'OAPI ;

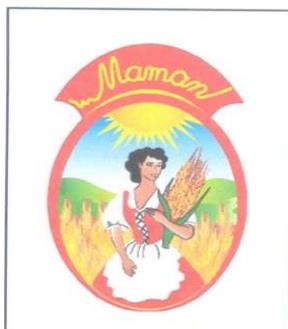
Attendu que la société OLAM CA S.A fait valoir dans son mémoire en réponse qu'il n'existe pas de ressemblance ou de similarité entre les marques des deux titulaires en conflit ; que sa marque est constituée de deux éléments distinctifs « MAMA » et « GOLD » qui revêtent un caractère particulier dans l'appréciation du risque de confusion ; que le terme « MAMA » n'a rien de similaire avec le terme « MAMAN » sur le plan phonétique ; que le terme « GOLD » adjoint à « MAMA » ne saurait passer sous silence et qu'en tout état de cause, il n'existe aucune similitude phonétique ou visuelle entre les deux marques ;

Que du point de vue visuel ; que la femme dans les logos apparaissent sous des postures qui ne peuvent en rien prêter à confusion ; que la femme qui ressort dans le logo du déposant est une authentique africaine qui arbore un chapeau large bord de couleur or avec une bande de couleur noire sur le chapeau ; que cette africaine a de longues nattes savamment tissées et parées de cauris et porte les boucles d'oreilles ;

Que par contre, la femme qui ressort dans le logo de l'opposant est une paysanne prise en vue de face, tenant des épis de blé du bras gauche, pendant que le bras droit longe son corps ; que cette paysanne est vêtue à l'européenne et n'arbore aucun foulard, encore moins des originalités africaines comme les cauris et le collier de perles ;

Que le risque de confusion s'apprécie au regard de l'identité et ou de la similarité des signes en présence ; que les deux marques en conflit sont des marques complexes qui comportent à la fois des éléments verbaux et des éléments figuratifs différents ; qu'elles ne sauraient donc être confondues par les consommateurs ; que même si elles couvrent des produits de la même classe 30, elles produisent une impression d'ensemble totalement différente au plan visuel et intellectuel et leur coexistence peut être admise sur le territoire des Etats membres de l'OAPI ;

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



Marque n° 41463
Marque de l'opposant



Marque n°84056
Marque du déposant

Attendu que la marque de l'opposant est constituée de l'élément verbal d'attaque « MAMAN » de couleur jaune placé au-dessus d'un cercle ovale de couleur rouge à l'intérieur duquel se trouve une femme portant un épi de blé, le soleil, la végétation et des couleurs jaune, vert rouge et blanc ;

Que la marque du déposant est constituée de l'élément verbal « MAMA GOLD » placé au-dessus d'un cercle ovale à l'intérieur duquel se trouve une tête de femme arborant un chapeau, des nattes, un collier et des couleurs ;

Attendu que compte tenu des ressemblances visuelle et phonétique (reprise de l'élément verbal d'attaque de la marque de l'opposant dans la marque du déposant) et conceptuelle (les marques sont conçues autour d'un même thème de la mère nourricière, « MAMAN » et « MAMA » étant des termes identiques qui font références à la mère), prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires 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, ni à l'oreille à des temps rapprochés,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 84056 de la marque « MAMA GOLD + Logo » formulée par la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire (CAPRA-CI) est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 84056 de la marque « MAMA GOLD + Logo » est radié.

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

Article 3 : La société OLAM CAM S.A, titulaire de la marque « MAMA GOLD + Logo » n° 84056 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 16 juillet 2018

(é) **Denis L. BOHOSSOU**