

# DECISION N° 578/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

## Portant radiation de l'enregistrement de la marque « LANDOR Logo » n° 88267

### 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° 88267 de la marque « LANDOR Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 29 décembre 2017 par la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRÜNGLI AG, représentée par le cabinet SCP NGO MINYOGOG et Associés ;
- Vu** la lettre n° 0395/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ/MEZ du 23 février 2018 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « LANDOR Logo » n° 88267 ;

**Attendu que** la marque « LANDOR Logo » a été déposée le 16 mars 2016 par la société LAND'OR SA et enregistrée sous le n° 88267 pour les produits des classes 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI n° 05MQ/2016 paru le 03 juillet 2017 ;

**Attendu qu'**au soutien de son opposition la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRÜNGLI AG fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « LINDOR » n° 54072 déposée le 31 mai 2006 dans la classe 30 ;

**Que** sa marque a été régulièrement renouvelée selon les dispositions de l'Accord de Bangui ;

**Qu'**en vertu de l'article 3 (b) du même texte, une marque ne peut valablement être enregistrée si : « elle est identique à une marque appartenant à un autre titulaire qui est déjà enregistrée, ou dont la date de dépôt ou de priorité est antérieure, pour les mêmes produits ou services, ou pour les produits ou services similaires, ou si elle ressemble à une telle marque au point de comporter un risque de tromperie ou de confusion » ;

**Qu'**elle dispose du droit exclusif d'utiliser sa marque, ou un signe lui ressemblant, pour les produits couverts par sa marque ainsi que pour les produits similaires ; qu'elle dispose également le droit d'empêcher l'usage par les tiers, des signes identiques ou similaires à sa marque, pour des produits identiques ou similaires qui pourraient créer un risque de confusion, conformément à l'alinéa 2 de l'article 7 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

**Que** sur le plan nominal et phonétique, les marques en conflit ont une consonance identique relevée par le suffixe « **DOR** », lequel constitue en même temps le point fort au moment de l'énonciation ; que les lettres (**L**) d'attaque des marques en conflit sont identiques ; que les marques en conflit sont articulées essentiellement sur deux syllabes palatines : « **LIN-DOR** » et « **LAN-DOR** » ;

**Que** sur le plan visuel, les marques en conflit sont composées de six (6) lettres en caractères majuscules d'imprimerie ; que le consommateur d'attention moyenne sera davantage frappé par les éléments sonores, que par les éléments stylisés qui tendent d'ailleurs à rendre la marque du déposant plus trompeuse que distinctive et qui se confond très facilement avec la sienne ; que la présence d'éléments figuratifs de couleur sur la marque du déposant n'amenuisent pas la confusion ; que cela a déjà été entériné par la décision n° 0043/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ du 11 juillet 2012 portant radiation de l'enregistrement de la marque « **CRYSTAL + Vignette** » n° 62136 ; que la marque du déposant est une déclinaison servile de sa marque ; qu'avec un peu de recul on constate que le logo adjoint au signe verbal ne contribue qu'à semer la confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne ;

**Que** les marques en conflit couvrent essentiellement les produits identiques de la classe 30 ; qu'aux termes de l'article 9-2-b du Traité de Singapour sur le droit des marques, « des produits ou des services ne peuvent pas être considérés comme dissemblables au motif que, dans un enregistrement ou une publication de l'office, ils figurent dans des classes différentes de la classification de Nice » ; que les produits des classes 29 et 30 sont par nature des denrées alimentaires ; que les produits de la classes 32 sont essentiellement des boissons sans alcool, et par destination des produits alimentaires ; que ces produits ont en commun les mêmes canaux de distribution et partagent les mêmes rayons dans les espaces commerciaux, toute chose pouvant induire en erreur le consommateur d'attention moyenne ;

**Que** les marques en conflit ne sauraient coexister dans l'espace OAPI ; qu'en conséquence, il y a lieu de prononcer la radiation de la marque « **LANDOR Logo** » n° 88267 ;

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

**LINDOR**

Marque n° 54072  
Marque de l'opposant



Marque n° 88267  
Marque du déposant

**Attendu que** la société LAND'OR S.A n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRÜNGLI AG ; que les dispositions de l'article 18 alinéa 2 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui sont donc applicables,

**DECIDE :**

**Article 1 :** L'opposition à l'enregistrement n° 88267 de la marque « LANDOR Logo » formulée par la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRÜNGLI AG est reçue en la forme.

**Article 2 :** Au fond, l'enregistrement n° 88267 de la marque « LANDOR Logo » est radié.

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

**Article 4 :** La société LAND'OR S.A, titulaire de la marque « LANDOR Logo » n° 88267, 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 03 décembre 2018

(é) **Denis L. BOHOSSOU**