

DECISION N° 590/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant radiation de l'enregistrement de la marque « CARNIVOR + Logo » n° 88143

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° 88143 de la marque « CARNIVOR + Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 29 décembre 2017 par la société NOUBRU HOLDING, représentée par le cabinet d'avocat Denis Pascal KOUAM ;
- Vu** la lettre n° 00062/OAPI/DG/DGA/DAJ/SAJ/MAM du 18 janvier 2018 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « CARNIVOR + Logo » n° 88143 ;

Attendu que la marque « CARNIVOR + Logo » a été déposée le 04 mars 2016 par la société E. & J. GALLO WINNERY et enregistrée sous le n° 88143 pour les produits de la classe 33, ensuite publiée au BOPI n° 05MQ/2016 paru le 03 juillet 2017 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition la société NOUBRU HOLDING fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « CAVIOR » n° 84199, déposée le 04 juin 2015 dans les classes 25, 30 et 33 ; que sa marque est actuellement en vigueur 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 » ;

Que les marques en conflit couvrent les classes de produits identiques ou similaires ; que la marque du déposant couvre de manière générale les produits

de la classe 33 qui sont identiques à ceux couverts par sa marque ; que les produits couverts par la marque du déposant, en raison de leur usage disposent habituellement des mêmes canaux commerciaux, des mêmes points de vente et de la même clientèle que ceux de sa marque ;

Qu'en ce qui concerne la recherche sur la similarité visuelle des signes, l'élément dominant est toujours l'impression d'ensemble que laisse chacune des marques dans la mémoire du destinataire ; qu'il ressort de la comparaison que les deux signes font usage presque du même nombre de lettre dont six (6) pour le signe CAVIOR et huit (8) pour le signe « CARNIVOR » ; que les consonnes « R » et « N » sont certes différentes mais peuvent se ressembler en fonction de la police et de plus ils se situent à l'intérieur du mot « CARNIVOR » ; que cependant, les lettres identiques « CA » et « OR » sont respectivement placées en début et à la fin du signe, toute chose qui attire l'attention ; que le consommateur d'attention moyenne ne verrait pas les différences insignifiantes des lettres « N » et « R » ; qu'il y a lieu de conclure en l'existence d'un risque de confusion ;

Qu'en outre, la marque du déposant est composée d'un élément figuratif ; que partant du principe selon lequel, dans le cas de signes composés à la fois d'éléments verbaux et figuratifs, c'est l'élément verbal du signe qui retient généralement l'attention du consommateur ; qu'en l'espèce, le graphisme est certes marquant et non négligeable ; que cependant sa marque reste reconnaissable dans la marque du déposant ;

Que sur le plan phonétique, l'examen des syllabes communes aux deux marques est particulièrement important ; que sa marque a les syllabes « CA-VI-OR » et celle du déposant « CAR-NI-VOR » ; qu'il ressort qu'il y a similitude des sons « CA », « NI » et « OR » ; que l'identité des premières syllabes ou des débuts des mots notamment la syllabe « CA » amène à conclure l'existence d'un risque de confusion ; que lorsque le caractère verbal d'une marque est prédominant, la première partie est celle qui attire généralement l'attention du consommateur ; que celui-ci pourra admettre que les marques en conflit appartiennent au même propriétaire ou proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement ;

Que par conséquent, il y a lieu de procéder à la radiation de la marque « CARNIVOR + Logo » n° 88143 ;

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



Marque de l'opposant
Marque n° 84199



Marque du déposant
Marque n° 88143

Attendu que la société E. & J. GALLO WINNERY n'a pas réagi, dans les délais, à l'avis d'opposition formulée par la société NOUBRU HOLDING ; 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° 88143 de la marque « CARNIVOR + Logo » formulée par la société NOUBRU HOLDING est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'enregistrement n° 88143 de la marque « CARNIVOR + Logo » est radié.

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

Article 4 : La société E. & J. GALLO WINNERY, titulaire de la marque « CARNIVOR + Logo » n° 88143, 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. BOHOUSSOU**