

DECISION N° 800/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « AGVITALINE » n° 97804

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° 97804 de la marque « AGVITALINE » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 16 novembre 2018 par la société BEVERAGE TRADEMARK COMPANY LIMITED, représentée par le cabinet SCP GLOBAL AFRICA IP ;

Attendu que la marque « AGVITALINE » a été déposée le 31 octobre 2017 par le GROUPE ABBASSI et enregistrée sous le n° 97804 pour les produits de la classe 32 ensuite publiée au BOPI n° 02MQ/2018 paru le 16 mai 2018 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société BEVERAGE TRADEMARK COMPANY LIMITED fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « VITAL » n° 41762 déposée le 28 octobre 1999 et renouvelée le 23 octobre 2009 dans la classe 32 ; que sa marque est actuellement en vigueur conformément aux dispositions de l'Accord de Bangui ;

Que d'après l'article 3 alinéa (b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, 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 » ;

Que sur le plan visuel, les marques en conflit sont écrites en majuscules, la marque du déposant intégrant entièrement sa marque ;

Que la prononciation de la marque du déposant inclue sa marque, les seules différences phonétiques résidant dans le « AG » et la syllabe finale « INE » ; que cette adjonction n'est pas de nature à altérer la prononciation de la séquence

commune « VITAL » ; que certains consommateurs pourraient prononcer « VITAL » et se voir servir les produits « VITALINE » ; que la notion véhiculée par le terme « VITAL » est la même dans les deux signes en présence : la vitalité ; que la marque du déposant sera donc considéré comme une déclinaison de sa marque ;

Que les marques en conflit couvrent des produits qui ont la même nature, la même fonction et la même destination ; que ces produits sont donc fortement similaires ;

Attendu que le GROUPE ABBASSI, représentée par Maître FOU DA Thomas Joël, fait valoir dans son mémoire en réponse que les marques en conflit peuvent coexister sans risque de confusion ;

Que sur le plan visuel, la marque de l'opposant (composée de 5 lettres) n'a pas la même longueur que la sienne (composée de 7 lettres) ; que sur le plan phonétique, les marques en conflit se prononcent différemment ; que sa marque est composée de cinq syllabes, tandis que celle de l'opposant est composée d'un mot, soit deux syllabes ;

Que sur le plan intellectuel, si VITAL renvoi à la vie, VITALINE n'a aucune signification particulière ; qu'il s'agit simplement d'un mot de fantaisie, un néologisme ; que les lettres « AG » représente les initiales de son nom ABBASSI GROUP ;

Que même déposées dans la même classes 32, les marques en conflit ne sauraient être confondues ; qu'il y a lieu de rejeter l'opposition ;

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



Marque n° 41762
Marque de l'opposant

AGVITALINE

Marque n° 97804
Marque du déposant

Attendu que du point de vue phonétique, la marque de l'opposant « VITAL » ne se prononce pas comme « AGVITALINE » ; que du point de vue visuel, la marque de l'opposant est s'écrit « VITAL », tandis que celle du déposant est

constituée de deux éléments verbaux « AGVITALINE » différents de celui de l'opposant ;

Attendu que compte tenu des différences phonétique et visuelle prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, et se rapportant aux produits de la classe 32, il n'existe pas un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement de la marque « AGVITALINE » n° 97804 formulée par la société BEVERAGE TRADEMARK COMPANY LIMITED est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 97804 de la marque « AGVITALINE » est rejetée.

Article 3 : la société BEVERAGE TRADEMARK COMPANY LIMITED, 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 15 Janvier 2020

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**