

DECISION N° 1103/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « BATTERIE + Logo » n° 106687

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° 106687 de la marque « BATTERIE + Logo » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 06 décembre 2019 par la société OY SINEBRYCHOFF AB., représentée par le Cabinet AKKUM, AKKUM & Associates LLP ;

Attendu que la marque « BATTERIE + Logo » a été déposée le 06 février 2019 par la société LE TIGRE SARL et enregistrée sous le n° 106687 pour les produits de la classe 32, ensuite publiée au BOPI n° 05MQ/2019 paru le 07 juin 2019 ;

Attendu que la société OY SINEBRYCHOFF AB. fait valoir au soutien de son opposition, que depuis 1996, elle est titulaire des droits d'auteurs sur la marque du déposant ; qu'il s'agit d'une œuvre originale au sens de l'article 3 de l'Annexe VII de l'Accord de Bangui ; qu'elle doit à ce titre être considérée comme auteur ; qu'elle dispose de droit exclusif sur l'usage de ce signe ; que ses droits doivent être reconnus dans la mesure où tous les pays membres de l'OAPI sont membres de la Convention de Berne sur la propriété littéraire et artistique ;

Que les produits vendus sous ses œuvres ont fait l'objet de larges campagnes de publicité sur internet, à la télévision et sur les réseaux sociaux et par affichage ;

Que du fait de la réputation acquise, ce signe est devenu notoire au sens de l'article 6 de l'Accord de Bangui et de l'Article 6bis de la Convention de Paris sur la protection de la propriété industrielle ;

Que les produits de la classe 32, commercialisés sous ce signe sont bien connus dans l'espace OAPI et sont identiques à ceux du déposant ; que les consommateurs penseront que la marque du déposant provient d'elle, ce qui

n'est pas le cas ; qu'il en résulte un risque de confusion ; que d'autant plus que phonétiquement et visuellement, les deux signes sont très similaires ;

Qu'en plus la marque du déposant est contraire à l'ordre public et à la morale et est également trompeuse conformément aux articles 3 (c) et 3 (d) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui ;

Qu'il y a lieu de radier l'enregistrement n° 106687 de la marque « BATTERIE + Logo » ;

Attendu que d'après l'article 6 de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, le titulaire d'une marque notoirement connue peut réclamer l'annulation auprès des tribunaux des effets sur le territoire de l'un des Etats membres du dépôt d'une marque susceptible de créer une confusion avec la sienne ;

Attendu que d'après l'article 18 (1) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, l'opposition doit être fondée sur la violation d'un droit enregistré antérieur appartenant à l'opposant ; que les droits d'auteur ne constituent pas de droit enregistré antérieur pouvant fonder une opposition ; qu'il y a lieu de considérer que l'opposant ne dispose pas d'un droit antérieur lui appartenant et régulièrement enregistré à l'OAPI ;

Attendu que conformément à l'article 3 (c) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle est contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou aux lois ; que la marque « BATTERIE » du déposant n'est ni contraire à l'ordre public ni aux bonnes mœurs en ce sens qu'elle n'a pas un caractère choquant ou pervers susceptible de troubler l'ordre public ou de porter atteinte à la moralité publique ;

Attendu que conformément à l'article 3 (d) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque est trompeuse lorsqu'elle est susceptible d'induire en erreur le public ou les milieux commerciaux, notamment sur l'origine géographique, la nature ou les caractéristiques des produits ou services considérés ; que l'opposition porte sur les produits suivants de la classe 32 : « *Bières ; boissons sans alcool ; eaux minérales et gazeuses ; boissons à base de fruits et jus de fruits ; sirops et autres préparations sans alcool pour faire des boissons.* » ; que le caractère trompeur s'apprécie en tenant compte des produits visés et du degré d'attention du consommateur moyen ; que le consommateur d'attention moyenne normalement informé est apte à penser que ces produits ne sont pas fabriqués à base de batterie ;

Qu'en somme, il y a lieu de rejeter la présente opposition comme étant non fondée,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement n° 106687 de la marque « BATTERIE + Logo » formulée par la société OY SINEBRYCHOFF AB., est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 106687 de la marque « BATTERIE + Logo » est rejetée et la société OY SINEBRYCHOFF AB. est invitée à mieux se pourvoir.

Article 3 : la société OY SINEBRYCHOFF AB., 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 25 Janvier 2021

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**