

# DECISION N°1155/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

## Portant radiation de l'enregistrement de la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » n° 107225

### 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° 107225 de la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 10 janvier 2020 par la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRUNGLI AG , représentée par le cabinet NGO MINYOGOG & ASSOCIES ;
- Vu** la lettre N°0170/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG/sha du 30 janvier 2020 communiquant l'avis d'opposition au titulaire de la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » n°107225 ;

**Attendu que** la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » a été déposée le 04 mars 2019 par la société LONG RUN AFRIQUE SA, et enregistrée sous le n° 107225 pour les produits des classes 29, 30 et 32, ensuite publiée au BOPI N° 06MQ/2019 paru le 11 juillet 2019 ;

**Attendu que** la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRUNGLI AG fait valoir à l'appui de son opposition, qu'elle est titulaire de la marque « EXCELLENCE » n°77668 déposée le 06 décembre 2013, dans les classes 29, 30 et 32 ;

**Que** sur la comparaison des signes, et sur le plan phonétique, la marque querellée reproduit sa marque en reprenant intégralement son signe antérieur verbal « EXCELLENCE » ; ce qui pourrait induire en erreur le consommateur d'attention moyenne qui ne procède pas généralement à une comparaison directe des signes ; que sur le plan visuel, la marque querellée « THE EXCELLENCE + LOGO » n'est qu'une déclinaison servile de sa marque « EXCELLENCE », que les éléments figuratifs ne contribuent qu'à accentuer la confusion car le consommateur d'attention moyenne pourrait penser à tort qu'elle est une

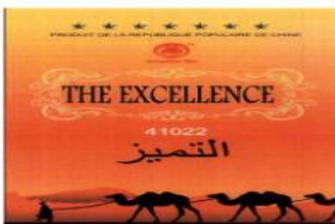
déclinaison mercatique de sa marque ; que l'ajout de « THE » dans la marque incriminée n'est pas suffisant pour écarter le risque de confusion car le consommateur aura son attention portée davantage par l'élément sonore et dominant excellence

**Que** les produits couverts par les deux marques sont des produits identiques par leur nature et par leur destination ; puisqu'ils appartiennent tous aux classes 29, 30 et 32 ; qu'ils sont écoulés via les mêmes canaux de distribution et partagent les mêmes rayons des espaces commerciaux ;

**Attendu que** dans son mémoire en réponse, la société LONG RUN AFRIQUE S.A affirme qu'il existe trois raisons pour lesquelles sa marque est différente de celle de l'opposante ; que la première est que les produits de la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRUNGLI AG sont classés dans la gamme des produits de confiserie suisse ; que leur distribution se fait à travers des boutiques et des magasins de luxe ou de standing alors que ses produits et principalement le thé vert de Chine est vendu dans les marchés traditionnels et populaires ; que le consommateur d'attention moyenne de la société opposante est différent du sien, car celui-ci est instruit, raffiné et jouit d'un revenu important alors que le consommateur d'attention moyenne rattaché à son entreprise s'approvisionne sur les marchés populaires ; donc il n'y a pas de risque de confusion ; que bien que les marques en conflit partagent le terme « EXCELLENCE », les éléments figuratifs présents dans sa marque ( le chameau, les dunes de sable, le paysage) accentuent les dissemblances ;

**Que** s'agissant des produits revendiqués, et particulièrement de la classe 30, il n'existe aucune similarité car le thé vert de chine ne saurait se confondre aux préparations de confiserie haut de gamme de la société opposante ; qu'il serait quasiment impossible que les clients de la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRUNGLI AG puissent voir une possible association entre ses produits revendiqués en classe 30 ;

**Attendu que** les marques les plus rapprochées se présentent ainsi :



**EXCELLENCE**

Marque querellée n°107225

Marque n°77668 de l'opposant

**Attendu que** l'analyse de l'opposition est fondée sur le signe tel que déposé et non celui exploité dans le commerce ;

**Attendu que** les ressemblances visuelle (identité de signe) et phonétiques (même consonance auditive) sont prépondérantes par rapport aux différences entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits identiques et similaires des même classes 29, 30 et 32 ; qu'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° 107225 de la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » formulée par la société CHOCOLADEFABRIKEN LINDT & SPRUNGLI AG, est reçue en la forme.

**Article 2** : Au fond, l'enregistrement n° 107225 de la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » est radié.

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

**Article 4** : La société LONG RUN AFRIQUE SA, titulaire de la marque « THE EXCELLENCE + LOGO » n° 107225 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 1<sup>er</sup> juin 2021

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**