

DECISION N° 1197/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement de la marque « MAMA MAKALA » n° 115407

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° 115407 de la marque « MAMA MAKALA » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 08 octobre 2020 par la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire, représentée par Maître Michel Henri KOKRA ;

Attendu que la marque « MAMA MAKALA » a été déposée le 22 mai 2020 par la société AFISA FOOD INDUSTRY S.A et enregistrée sous le n° 115407 pour les produits de la classe 30 ensuite publiée au BOPI n° 08MQ/2020 paru le 11 septembre 2020 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire fait valoir qu'elle est titulaire de la marque « MAMAN » n° 41463 déposée le 16 août 1999, renouvelée le 25 février 2019 pour les produits des classes 29, 30 et 32 ; que sa marque est actuellement en vigueur conformément aux dispositions de l'Accord de Bangui ;

Que la marque du déposant imite par reproduction partielle sa marque ; qu'elle dispose du droit exclusif d'utiliser ce terme ou tout autre signe similaire en rapport avec les produits visés dans l'enregistrement ;

Que conceptuellement, les marques en conflit sont conçues autour du thème de la mère nourricière ; que les termes « MAMAN » et « MAMA » font référence à la mère et à son savoir culinaire ;

Que visuellement les marques en conflit font toutes apparaître l'image d'une femme ; que la marque du déposant est parfaitement visible dans la sienne au point où le changement de « MAMAN » en « MAMA » et l'adjonction du terme « MAKALA » n'ont pas pu être dissimulés ; que l'emploi de ce terme référentiel

est source de confusion dans la majorité des langues ; que le consommateur pourrait croire que la marque du déposant est une déclinaison de la sienne ;

Que le risque de confusion est d'autant plus exacerbé dans la mesure les marques couvrent des produits relevant de la classe 30 ; qu'en cas d'usage d'un signe identique pour des produits et services identiques, un risque de confusion est présumé exister ;

Que pour tous ces motifs, il y a lieu de procéder à la radiation de l'enregistrement de la marque « MAMA MAKALA » n° 115407 ;

Attendu que la société AFISA FOOD INDUSTRY S.A, représentée par le cabinet Maître KENMOE KAMGANG Frédéric François, fait valoir en réponse que l'opposition mérite d'être rejetée ;

Que sur le plan visuel, la marque de l'opposant revendique les couleurs bleu, rouge, jaune et verte contrairement à la sienne qui contient les couleurs rose, blanche et bleu marine ; que les couleurs n'étant pas les mêmes, il n'y a pas matière à craindre une quelconque confusion ; que contrairement à la marque de l'opposant, sa marque fait apparaître une femme entière présentée de la tête aux pieds, amincie, avec une tête bien plus grande que le corps sur laquelle est posée un chapeau de cuisine qu'elle ne tient rien en main et porte une jupe et un veston aux antipodes d'une robe;

Que phonétiquement les marques ont une diction antinomique ; que MAMAN se lit « MAMA » ce qui ne saurait être la même chose pour l'appellation « MAMA » ; que le terme « MAKALA » propre au Cameroun où le produit est essentiellement commercialisé renvoie selon l'argot aux « beignets » ; que dans sa marque, la prédominance tient non pas au terme MAMA, mais à MAKALA de sorte qu'il serait mal venu de voir dans le terme MAMA le socle de sa marque ; que le terme MAKALA recèle déjà en lui, quel que soit la localisation géographique, une sonorité à la prononciation qui marque une dissemblance avec la marque de l'opposant ;

Que conceptuellement sa marque est portée vers la représentation de l'image d'une femme laborieuse et commerçante qui se déploie hors de la maison contrairement à la marque de l'opposant qui renvoie à une femme vêtue d'une robe européenne ; qu'il n'existe pas de confusion ;

Que les produits commercialisés sous les marques en conflit n'ont pas la même origine, ni la même destination ; que l'opposant est basée en Côte d'Ivoire contrairement à elle qui est basée au Cameroun ;

Attendu que l'opposition porte sur les produits suivants de la classe 30 :

« Café, thé, cacao et succédanés du café ; riz ; pâtes alimentaires et nouilles ; tapioca et sagou ; farines et préparations faites de céréales ; pain ; pâtisseries et confiseries ; chocolat ; crèmes glacées ; sorbets et autres glaces alimentaires ; sucre, miel, sirop de mélasse ; levure, poudre pour faire lever ; sel assaisonnements ; épices ; herbes conservées ; vinaigre ; sauces ; autres condiments ; épices ; glace à rafraîchir » ;

Attendu que la marque de l'opposant est enregistrée pour les produits dans les classes 29, 30 et 32 pour les produits alimentaires ;

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



Marque de l'opposant
Marque n° 41463



Marque du déposant
Marque n° 115407

Attendu que du point de vue visuel, la marque de l'opposant est constituée de plusieurs éléments figuratifs dont une femme blanche vêtue d'un tablier qui tient des feuilles dans un champ sous un ciel ensoleillé, le tout dans un cercle ovale avec au-dessus l'élément verbal stylisé « MAMAN » sur un fond bleu et en dessous, le drapeau français bleu-blanc-rouge ; qu'à contrario, la marque querellée représente une femme noire en tenue de cuisine de couleur blanche avec un chapeau le tout sur un fond rouge et blanc avec au-dessus de la femme les éléments verbaux « MAMA MAKALA » ;

Que du point de vue phonétique, les marques ont des rythmes de prononciation assez éloignés ;

Attendu que compte tenu des différences visuelles et phonétiques prépondérantes par rapport aux ressemblances entre les marques des deux titulaires en conflit prises dans leur ensemble, se rapportant aux produits de la classe 30, il n'existe pas de risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement de la marque « MAMA MAKALA » n° 115407 formulée par la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire est reçue en la forme.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement n° 115407 de la marque « MAMA MAKALA » est rejetée.

Article 3 : la Compagnie Africaine de Produits Alimentaires en Côte d'Ivoire 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 11 juin 2021

(é) **Denis L. BOHOUSSOU**