

MOTIFS DE REFUS POUR TOUS LES TYPES DE MARQUES

Suivant les dispositions de l'article 1 de l'annexe III de l'Accord de Bangui, la marque de produits ou de services est facultative. Toutefois, les Etats peuvent, exceptionnellement, la déclarer obligatoire pour les produits ou services qu'ils déterminent.

La marque appartient, en principe, à celui qui, le premier, en a effectué le dépôt (art. 5).

L'examen aux fins d'enregistrement d'une marque est régi par l'article 14. il ressort que pour toute demande d'enregistrement, l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) examine si :

- les conditions de forme, visées aux articles 8 et 9, sont remplies
- les taxes exigibles ont été acquittées
- le signe déposé n'est pas contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou aux lois (**motif absolu de rejet de la demande d'enregistrement**).

Motifs de refus relatifs à la forme (articles 8 et 9)

Ils concernent :

- la présentation de la demande d'enregistrement suivant le formulaire prescrit et en nombre d'exemplaires suffisants comportant la reproduction de la marque et l'énumération des produits ou services auxquels s'applique la marque et des classes correspondantes de l'édition en vigueur de la Classification de Nice ;
- la présence de la pièce justificative du paiement de la taxe de dépôt ;
- la fourniture d'un pouvoir sous seing privé, si le déposant est représenté par mandataire ;
- la fourniture du règlement d'utilisation de la marque collective, le cas échéant ;
- la même demande d'enregistrement ne pouvant concerner des classes de produits et de services.

Motifs absolus de refus (articles 2 et 3) voir annexe

Le système OAPI prévoit un examen complémentaire (**motifs absolus et relatifs**) à travers la procédure d'opposition (art.18). Celle-ci a lieu au terme de la procédure d'enregistrement de la marque. En effet, dans un délai de six mois à compter de la publication au Bulletin officiel de la propriété industrielle, une opposition peut être formulée contre tout enregistrement de marque publié.

Les motifs d'opposition doivent avoir pour fondement une violation:

- des dispositions de l'article 2 (signes admis en tant que marque)
- des dispositions de l'article 3 (marque ne pouvant être valablement enregistrée), ou
- d'un droit enregistré antérieur appartenant à l'opposant.

Annexe

Article 2 de l'annexe III de l'Accord de Bangui : Signes admis en tant que marque

- 1) « sont considérées comme marque de produits ou de services, tout signe visible utilisé ou que l'on se propose d'utiliser et qui sont propres à distinguer les produits ou services d'une entreprise quelconque et notamment, les noms patronymiques pris en eux-mêmes ou sous une forme distinctive, les dénominations particulières, arbitraires ou de fantaisie, la forme caractéristique du produit ou de son conditionnement, les étiquettes, enveloppes, emblèmes, empreintes, timbres, cachets, vignettes, lisérés, combinaisons ou dispositions de couleurs, dessins, reliefs, lettres, chiffres, devises, pseudonymes.

- 2) Est considérée comme marque collective, la marque de produits ou de services dont les conditions d'utilisation sont fixées par un règlement approuvé par l'autorité compétente et que seuls les groupements de droit public, syndicats ou groupements de syndicats, associations, groupements de producteurs, d'industriels, d'artisans ou de commerçants peuvent utiliser, pour autant qu'ils soient reconnus officiellement et qu'ils aient la capacité juridique ».

Article 3 : Marque ne pouvant être valablement enregistrée

Une marque ne peut être valablement enregistrée si :

- a) elle est dépourvue de caractère distinctif notamment du fait qu'elle est constituée de signes ou d'indication constituant la désignation nécessaire ou générique du produit ou la composition du produit ;

- b) 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 ;

- c) elle est contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou aux lois ;

- d) 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 des services considérés ;

- e) elle reproduit, imite ou contient parmi ses éléments des armoiries, drapeaux ou autres emblèmes, abréviations ou sigles ou un signe ou poinçon officiel de contrôle et de garantie d'un Etat ou d'une Organisation intergouvernementale, sauf autorisation de l'autorité compétente de cet Etat ou Organisation.