

MINISTERE DE LA CULTURE ET DES ARTS

.....
**DIRECTION GENERALE DES ARTS ET
ET DES LETTRES**

.....
**DIRECTION DES INDUSTRIES CULTURELLES ET
DES MAISONS DE LA CULTURE**

.....

REPUBLIQUE DU CONGO

Unité * Travail * Progrès

.....

Brazzaville, le 29/06/2017

Commentaire et observations supplémentaires relatives aux domaines de convergences dans les documents SCT35/4, tenant compte du paragraphe 14 du résumé présenté par le président du SCT.

Introduction

La République du Congo a réalisé deux choix quant à la législation en matière de la propriété intellectuelle.

Relativement à la protection du droit d'auteur et des droits voisins, après avoir ratifié l'Accord de Bangui, le Congo a opté pour l'harmonisation de sa législation nationale avec ledit accord.

C'est ainsi que par une loi N° 24/ 82, du 7 juillet 1982 sur la protection du droit d'auteur, du folklore et des droits voisins, les dispositions de l'Accord rentraient dans l'ordonnancement juridique national.

S'agissant de la propriété industrielle, le législateur s'en est tenu à l'ordonnance de ratification et permettait aux juridictions de se contenter de l'Accord de Bangui et ses annexes pour régler les litiges à eux soumis relatif à la propriété industrielle.

Aussi, les conventions de Paris du 20 mars 1883 qui crée l'union de Paris pour la protection de la propriété industrielle et la convention de Berne du 9 septembre 1886 qui créa l'union de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques venant renforcer l'arsenal juridique mis au service des justiciables, des praticiens du droit et de toute personne devant jouir de la protection du droit de la propriété intellectuelle.

En effet, les commentaires et observations faites présentement tiennent compte non seulement de l'Accord de Bangui mais aussi d'autres textes internationaux reconnus comme droit applicable en matière de propriété intellectuelle au Congo.

Domaine de convergence n°1 : notion de nom de pays

C'est l'article 6ter de la Convention de Paris (1967) qui traite de la protection des emblèmes d'État, des poinçons officiels et des sigles et emblèmes d'organisations intergouvernementales contre l'enregistrement ou l'utilisation comme marques de fabrique ou de commerce.

Il s'applique dans la cadre de l'OMC par l'intermédiaire de l'article 2 :1 de l'Accord sur les ADPIC et énonce les procédures de notification que les membres (et les organisations intergouvernementales) doivent suivre pour indiquer aux autres membres les emblèmes dont ils ne souhaitent pas qu'ils puissent être enregistrés ou utilisés comme marques de fabrique ou de commerce. Ces procédures traitent également de la façon dont on peut s'opposer à la protection d'un emblème.

Selon l'Accord de Bangui, applicable au Congo, les noms d'Etat sont représentés par des armoiries, drapeaux ou autres emblèmes, abréviation ou sigle, ou un signe ou poinçon officiel de contrôle et de garantie d'un État.

Domaine de convergence n°2 : exclues de l'enregistrement si elles sont considérées comme descriptives

Selon l'Accord de Bangui applicable au Congo, une marque ne peut être valablement enregistrée, entre autre, si elle reproduit, imite ou « contient parmi ses éléments des armoiries, drapeaux ou autres emblèmes, abréviation ou sigle, ou un signe ou poinçon officiel de contrôle et de garantie d'un État » ou d'une organisation intergouvernementale créée par une convention internationale, « sauf autorisation de l'autorité compétente de cet État ou de cette organisation¹ ».

Selon ce point e) de l'article 3 de l'annexe III de l'Accord de Bangui de 1977, révisé en 1999, la présence des noms d'Etats parmi les éléments de la marque suffit pour que cette marque soit exclue de l'enregistrement.

Au regard de cette disposition, le refus de l'enregistrement de la marque ne tient pas compte ni, du caractère distinctif, ni de celui de contradiction à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, ni à l'imitation ou la reproduction, mais simplement du fait de la présence de ces noms dans les éléments constitutifs de la marque.

L'Accord de Bangui, ne faisant aucune mention des motifs d'un tel refus, donne à cette exclusion un caractère absolu, sauf autorisation de l'autorité compétente de l'État ou de l'organisation.

Du point de vue du droit, une telle mesure devrait être accompagnée des motifs de refus clairs inclus dans le droit applicable national concernant exceptionnellement les

¹ Article 3 alinéa e) de l'annexe III de l'accord de Bangui

noms d'Etats notamment en ce qui concerne l'origine des produits ou services en cause.

Domaine de convergence n°5 : procédure d'annulation et d'opposition

La procédure d'empêchement de l'enregistrement de la marque est prévue par les articles 18, 23 et 24 de l'annexe III de l'Accord de Bangui respectivement l'opposition, la radiation et la nullité.

En effet, « Tout intéressé peut faire opposition à l'enregistrement d'une marque en adressant à l'Organisation, et dans un délai de six mois à compter de la publication visée à l'article 17² précédent, un avis écrit exposant les motifs de son opposition, lesquels doivent avoir pour fondement une violation des dispositions des articles 2 ou 3 de la présente annexe ou d'un droit enregistré antérieur appartenant à l'opposant ³ ».

Au regard de ce qui précède, la procédure d'opposition dans l'Accord de Bangui intervient après l'enregistrement et la publication de la marque. Les noms d'Etats reconnu comme marque ou élément de la marque sont en réalité soumis aux mêmes principes d'enregistrement des marques. L'idée d'offrir la possibilité supplémentaire de soulever un point particulier est caractéristique des procédures d'opposition, *indépendamment de la question de savoir si un système national prévoit ou non des oppositions préalables ou postérieures à l'enregistrement*, apparaît paradoxale avec l'Accord de Bangui qui, en amont, prévoit la procédure d'opposition et ses motifs dans les articles 2 et 3 de l'annexe III.

La possibilité de s'opposer fait l'objet d'une prévision juridique dans l'Accord de Bangui applicable aux marques, logiquement, y compris les noms d'Etats s'ils sont reconnus comme marque ou comme un élément de la marque. En effet, l'article 2 fait mention des marques susceptible d'enregistrement et l'article 3 présente les motifs de refus, notamment, si la marque est dépourvue de caractère distinctif, contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou aux lois, si elle est susceptible d'induire le public en erreur notamment sur l'origine géographique des produits ou services considérés, si elle reproduit ou imite la marque d'autrui, si elle contient sans autorisation de l'autorité compétente, l'un des éléments de l'Etat.

En outre, «à la requête de tout intéressé, le tribunal peut ordonner la radiation de toute marque enregistrée qui, pendant une durée ininterrompue de 5 ans précédant l'action, n'a pas été utilisée sur le territoire national de l'un des États membres pour autant que son titulaire ne justifie pas d'excuses légitimes; la radiation peut être appliquée à tout ou partie des produits ou services pour lesquels ladite marque a été enregistrée⁴ ».

² Article 17 de l'annexe III de l'accord de Bangui « L'Organisation publie pour chaque certificat d'enregistrement délivré les données visées à l'article 16 précédent. Ces données sont insérées au registre spécial des marques ».

³ Article 18 alinéa 1 de l'annexe III de l'accord de Bangui.

⁴ Article 23 alinéa 1 de l'annexe III de l'accord de Bangui

Dans l'esprit de cette disposition, c'est la déchéance qui est le motif principal de la radiation de la marque. Relativement aux noms d'Etat, la radiation implique que le nom d'Etat ait été autorisé, enregistré et publié mais non utilisé.

Enfin, «L'annulation des effets sur le territoire national de l'enregistrement d'une marque est prononcée par les tribunaux civils à la requête, soit du ministère public, soit de toute personne ou syndicat professionnel intéressé⁵». Il devrait être de même pour les noms d'Etats utilisés en tant que marque.

Effet, sur requête des demandeurs susvisés ou de l'Organisation, le tribunal déclare nul et non avenu l'enregistrement d'une marque, au cas où cette dernière n'est pas conforme aux dispositions des articles 2 et 3 de la présente annexe ou est en conflit avec un droit antérieur ; dans ce dernier cas, l'annulation ne peut être prononcée que sur demande du titulaire du droit antérieur. La nullité peut s'appliquer à la totalité ou à une partie seulement des produits ou services pour lesquels la marque a été enregistrée. Ensuite, elle est communiquée à l'Organisation.

En rapport avec les noms d'Etats utilisés en tant que marque, le droit applicable lié à la procédure de nullité des marques devrait s'appliquer. C'est à dire, sur requête soit du ministère public soit de toute personne ou syndicat professionnel intéressé ou à la requête de l'organisation, le tribunal déclare nul et non avenu l'enregistrement d'un nom Etat utilisé en tant que marque.

Domaine de convergence n°6 : utilisation des noms d'Etats en tant que marque

L'utilisation des noms d'Etats en tant que marque, devrait comme toutes les marques être soumise aux critères de fond et de forme liés à l'enregistrement des marques.

En effet, outre le caractère absolu de l'exclusion de l'enregistrement, l'article 3 de l'annexe III de l'Accord de Bangui alinéa e) prévoit la possibilité d'utilisation des noms d'Etat en tant que marque. Ainsi, il stipule « ... sauf autorisation de l'autorité compétente de cet État ou de cette organisation ».

A cet effet, la procédure de l'examen des conditions d'enregistrement des marques prévu par le même article 3 de l'annexe III serait de mise.

L'article 3 de l'annexe III de l'Accord de Bangui stipule : « 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'indications constituant la désignation nécessaire ou générique du produit ou la composition du produit ;

⁵ Article 24 alinéa 1 de l'annexe III de l'accord de Bangui

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, services considérés ;

e) elle reproduit, imite ou contient parmi ses éléments des armoiries, drapeaux ou autres emblèmes, abréviation ou sigle, ou un signe ou poinçon officiel de contrôle et de garantie d'un État ou d'une organisation intergouvernementale créée par une convention internationale, sauf autorisation de l'autorité compétente de cet État ou de cette organisation ».

Il s'agit du respect des conditions liées à :

La représentation graphique. Le signe faisant partie des noms d'Etats doit être de nature à permettre une représentation graphique claire, précise, complète par elle-même, facilement accessible, intelligible, durable et objective ;

L'exigence du caractère distinctif. Pour remplir sa fonction en tant que marque, le nom d'Etat doit être apte à distinguer les produits et services d'une personne physique ou morale ;

L'exigence de la licéité du signe. C'est –à-dire que le nom d'Etat ne doit être :

- ni exclu par l'article 6ter de la Convention de Paris du 20 mars 1883 ou par le paragraphe 2 de l'article 23 de l'annexe 1 C à l'Accord instituant l'Organisation Mondiale du Commerce ;

- ni contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs et aux lois ;

- ni trompeur.

Ces observations et commentaires sont non exhaustifs. Pour toutes autres informations complémentaires voir :

POINT FOCAL : Jean Bruno OBAMBI, Directeur des Industries Culturelles et des Maisons de la Culture, Représentant du Ministère de la Culture et des Arts au Comité National de Coordination et de Développement de la Propriété Intellectuelle.

Tel. : (+242) 06 656 42 80

Email : obambijeanbruno@gmail.com

