

ANALYSE COMPAREE DES DECISIONS N°  
028/25 (AFFAIRE LEGAGY) ET N° 022/25  
(AFFAIRE DOMAINE DE LOIRE)



*Produit par :* **Président Wilfrid OBAMBI,**  
**Magistrat, Conseiller à la Cour d'appel de**  
**Dolisie, Expert en propriété intellectuelle**

Cité ADDOHA LOCODJRO, Immeuble 280, 2<sup>ème</sup> étage porte 09

+225 27 23 23 21 64 / 01 52 90 45 19 / 05 96 11 90 94 / 07 05 06

[cabinetldjsarl@gmail.com](mailto:cabinetldjsarl@gmail.com) / [ladocumentationjuridique@gmail.com](mailto:ladocumentationjuridique@gmail.com)

[www.cabinetldjsarl.com](http://www.cabinetldjsarl.com) (site web)

## **I. L'APPROCHE PAR L'APPARENCE VISUELLE : LA RIGUEUR DE LA REPRESENTATION (AFFAIRE LEGACY)**

Dans la décision N° 028/25 du 27 août 2025, la Commission a privilégié une analyse technique et visuelle de la marque. Elle a refusé d'accorder une protection étendue à un titulaire dont l'élément verbal était graphiquement « caché » ou « inversé ».

La CSR a estimé que si un mot n'est pas immédiatement lisible pour un consommateur d'attention moyenne, il ne peut servir de base à une opposition contre une marque claire (principe de l'immédiateté).

Le droit des marques ne doit pas imposer au consommateur de « redresser » un signe ou de mener une analyse intellectuelle complexe pour y déceler une similitude : refus de l'effort intellectuel.

La protection est strictement limitée à la représentation graphique telle qu'elle apparaît au moment du dépôt.

## **II. L'APPROCHE PAR LA PERCEPTION SOCIALE : LE REALISME DU PUBLIC DE REFERENCE (AFFAIRE DOMAINE DE LOIRE)**

La décision N° 022/25 du 25 avril 2025 marque une évolution majeure en déplaçant le curseur de l'objet technique (le signe) vers le sujet social (le consommateur).

La contextualisation du consommateur d'attention moyenne : la Commission a sanctionné une vision trop abstraite du consommateur. Elle impose désormais de tenir compte du « niveau d'instruction et d'information » réel du public de l'espace OAPI.

La relativité de la connaissance : là où l'administration voyait une tromperie évidente sur l'origine géographique (la région de la Loire), la CSR a rappelé qu'un public « peu instruit et généralement moins informé » n'attribue pas spontanément ce nom à une région française.

Le caractère déceptif d'une marque n'est pas une vérité absolue *mais dépend de la perception socioculturelle du public local.*

### III. VERS UN DROIT DES MARQUES « SUR MESURE »

Le parallèle entre ces deux décisions met en lumière une transition doctrinale vers une protection plus équilibrée. L'analyse croisée de ces deux décisions révèle une transition doctrinale majeure au sein de la Commission Supérieure de Recours, marquant le passage d'une analyse purement technique à une approche de plus en plus ancrée dans la réalité sociale.

L'évolution constatée montre que la CSR s'éloigne d'une application mécanique des textes pour embrasser une fonction de régulateur social. La protection de la marque ne dépend plus seulement de ce qui est écrit (le graphisme lisible de LEGACY), mais aussi de ce qui est compris (la méconnaissance de la géographie française par le consommateur de l'espace OAPI). Dans l'affaire LEGACY, la Commission protège la clarté commerciale en limitant strictement la portée d'un titre à sa représentation graphique telle qu'elle est perçue au moment du dépôt. En revanche, dans l'affaire DOMAINE DE LOIRE, elle approfondit cette logique en introduisant la notion de perception sociale située. La Commission y souligne que l'appréciation du risque de confusion ou de tromperie ne peut se faire de manière abstraite. Elle exige désormais que l'on tienne compte du niveau d'instruction et d'information effectif du public de référence au sein de l'espace OAPI. Cette jurisprudence renforce la sécurité juridique des opérateurs économiques locaux en protégeant les marques dont l'usage est loyal au regard des réalités du marché africain. Une référence géographique qui semble évidente pour un expert ou un public européen peut être jugée dépourvue de caractère trompeur si le consommateur local, moins informé, n'est pas en mesure d'établir un lien spontané avec l'origine étrangère revendiquée. Ce glissement de l'objet (le signe) vers le sujet (le consommateur) renforce la sécurité juridique des acteurs économiques locaux en évitant que des monopoles injustifiés ne soient créés sur la base de connaissances théoriques étrangères au public cible

Vous avez un article à publier ?

Soumettez-le ici :

[ladocumentationjuridique@gmail.com](mailto:ladocumentationjuridique@gmail.com)