

Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren / Autres arrêts en matière d'enregistrement ou d'opposition à des enregistrements de marques

Zusammengestellt von / Rédigé par EUGEN MARBACH* / MICHEL MÜHLSTEIN**

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 11 novembre 2009 (B-4053/2009) «Easyweiss»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif d'une qualité des produits	Tandis que le signe est aisément scindé en «easy» et «weiss», «easy» est compris comme signifiant «facile». En relation avec des peintures, des crépis, etc., produits pour lesquels la facilité d'application constitue une qualité importante, le signe indique que les produits blancs ainsi désignés possèdent cette qualité.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 11. November 2009 (B-6740/2008) «Sino»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Irreführung über die geografische Herkunft	Im Französischen wird «Sino» (zwar nicht in Alleinstellung, aber in Verbindung mit anderen Adjektivelementen) als Hinweis auf China verwendet. Diese Wortbildung ist dem französischsprachigen Konsumenten auch geläufig. Ohne Einschränkung auf Waren chinesischer Herkunft ist die Marke daher täuschend und schutzunfähig. Keine Stellungnahme zur These des IGE, «Sino» sei gleichzeitig als schutzunfähige Herkunftsangabe zu qualifizieren.	Ohne Einschränkung schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 12. November 2009 (B-649/2009) «i-Option»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Fehlende Unterscheidungskraft	Ein durchschnittlicher Abnehmer erkennt im Begriff «Option» den beschreibenden Hinweis auf eine Wahlmöglichkeit. Einzelbuchstaben sind ihrerseits nicht unterscheidungskräftig; im konkreten Zusammenhang drängt sich das Verständnis des Buchstabens «i» als Abkürzung für das Internet auf. Auch in Kombination fehlt daher die rechtlich erforderliche Unterscheidungskraft.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 16 décembre 2009 (B-6767/2007) «La City / T-City»	<i>Opposition:</i> Identité de l'élément prépondérant des deux marques	La signification de «City» est comprise par la plupart des gens, de sorte qu'il ne peut s'agir d'une marque forte; elle n'est pas faible non plus, car pas directement descriptive pour des produits tels que de la bijouterie, de l'horlogerie ou de la maroquinerie. La différence entre les éléments «La» et «T-», peu distinctifs par rapport à «City», ne suffit pas à écarter le risque de confusion entre les marques, ce d'autant plus que les produits sont identiques.	Risque de confusion (Rejet du recours)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 12 janvier 2010 (B-5780/2009) «Sevikar / Sevcad»	<i>Opposition:</i> Appréciation du risque de confusion entre marques enregistrées pour des produits pharmaceutiques	Les marques n'étant pas enregistrées pour des produits pharmaceutiques délivrés seulement sur ordonnance, le risque de confusion doit s'apprécier selon la perception du grand public. Les marques se différenciant notamment par le nombre de syllabes, la suite de voyelles et la consonne finale, il n'existe pas de risque de confusion.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)
TAF du 11 février 2010 (B-7017/2008) «Plus/++Plusplus++ (fig.)» ++ PLUSPLUS ++	<i>Opposition:</i> Doublement, dans la marque attaquée, de la marque opposante et adjonction à la première de signes reprenant l'idée de l'élément verbal	Le fait qu'un signe soit enregistré comme marque imposée ne permet pas de déduire que cette dernière jouit d'une aire de protection restreinte ou étendue. La marque «Plus» ne possédant pas une grande force distinctive, son doublement et l'adjonction de deux signes «+» au début et à la fin de la marque attaquée suffisent à écarter le risque de confusion.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)