



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 12 mars 2018 (B-5633/2016) «Mint Infusion»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe compris comme désignant un arôme ajouté aux produits	Les consommateurs comprennent le signe comme signifiant infusion ou thé de menthe. Le fait que le mot anglais «mint» puisse aussi signifier «monnaie» (dans le sens «hôtel de la monnaie») n'y change rien. On sait que le tabac peut être rehaussé de différents arômes (p. ex. cigarettes au menthol). Par conséquent, s'agissant de produits du tabac, les consommateurs, sans aucun effort de réflexion, comprennent le signe comme indiquant une certaine qualité des produits ainsi désignés.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 27. März 2018 (B-2102/2016) «Norma (fig.)» 	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen, Schutzfähigkeit aufgrund farblicher/grafischer Gestaltung	Das Worzelement «Norma» hat auf Italienisch die Bedeutung von «Norm, Regel, Anweisung». Gleichzeitig ist «Norma» ein Frauenname. Angesichts der Fülle von Regulierungen steht jedenfalls für den italienischen Konsumenten die Bedeutung von «Norm» im Vordergrund. Der Konsument erwartet ein der Norm bzw. dem Standard entsprechendes Produkt (Bestätigung der Rechtsprechung gemäss BVGer B-2687/2011, «Norma»). Aufgrund der Mehrfachkombination auffälliger Farben (vierfacher Farbanspruch «blanc, orange, jaune et rouge») wirkt das Zeichen in der grafischen Ausgestaltung dennoch unterscheidungskräftig. Auf diese Weise hervorgehoben wird «Norma» als Kennzeichen verstanden und nicht länger als beschreibende Wortangabe.	Dank der grafischen Gestaltung schutzfähiges Zeichen (Gutheissung der Beschwerde)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>BVGer vom 16. April 2018 (B-2791/2016)</p> <p>«WingTsun»</p>	<p><i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Absolut freihaltebedürftige Wortzeichen</p>	<p>«WingTsun» bezeichnet einen chinesischen Kampfsportstil. Der grösste Teil der relevanten Verkehrskreise (Abnehmer von Produkten der Klassen 25, 28 und 41) werden diesen beschreibenden Charakter allerdings kaum erkennen. Andere Anbieter der chinesischen Kampfsportszene haben jedoch ein legitimes Interesse, die gleiche Sachbezeichnung zu nutzen. Es besteht ein absolutes Freihaltebedürfnis zugunsten potenzieller Konkurrenten.</p>	<p>Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)</p>
<p>TAF du 4 mai 2018 (B-7057/2016)</p> <p>«7seven (fig.) Sevenfriday»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Vraisemblance d'un usage sérieux de la marque; similarité des produits; similarité des marques et risque de confusion découlant de la reprise, dans la marque attaquée, de l'élément caractéristique de la marque antérieure</p>	<p>Les sacs à dos, sacs d'écoliers et sacs à bandoulière s'adressent certes à un large public, mais ce ne sont pas des produits de grande consommation, comme les aliments. Dès lors, la vente en Suisse, durant la période de cinq ans considérée, de 1286 sacs à dos, 211 sacs d'écoliers et 46 sacs à bandoulière suffit à rendre vraisemblable l'usage sérieux de la marque.</p> <p>Les sacs à dos, sacs d'écoliers et sacs à bandoulière, d'une part, et, de l'autre, les produits en cuir et imitations du cuir, non compris dans d'autres classes, malles et valises, parapluies et parasols, cannes sont identiques ou, au moins, similaires. Cette similarité n'existe pas avec les peaux, les fouets et la sellerie.</p> <p>L'ajout du chiffre 7 avant le mot «seven» renforce la signification de ce mot, qui constitue l'élément prépondérant de la marque antérieure.</p> <p>La marque attaquée reprend l'élément caractéristique de la marque antérieure, soit «Seven»; celui-ci peut être individualisé dans la marque attaquée, de sorte que les deux signes sont similaires.</p> <p>L'adjonction à la marque attaquée du mot «Friday» ne permet pas de considérer cette dernière comme un tout indivisible, qui posséderait une signification propre, créant une impression d'ensemble différente; il y a dès lors risque de confusion.</p>	<p>Risque de confusion (Rejet du recours)</p>

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 4 mai 2018 (B-2864/2017)</p> <p>«7seven (fig.) Sevenfriday»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Similarité des services de vente au détail et en gros</p>	<p>Les services de vente au détail et en gros de la classe 35 visent le «regroupement pour le compte de tiers de produits divers (à l'exception de leur transport) permettant aux clients de les voir et de les acheter commodément». Ces services ne s'adressent pas aux consommateurs finals, mais aux fabricants, importateurs, grossistes, etc.; ils consistent à promouvoir et diffuser des produits. La vente de produits par une entreprise ne constitue en revanche pas un service de vente compris dans la classe 35; la marque doit alors être enregistrée pour les produits concernés.</p> <p>Les services de vente au détail et en gros et de vente en ligne sont identiques lorsqu'ils concernent les mêmes produits; même lorsque ces derniers sont différents, lesdits services demeurent similaires, car ils visent toujours à promouvoir et diffuser des produits, s'adressent aux mêmes acheteurs et font usage du même savoir-faire.</p> <p>[Pour la similarité des marques et le risque de confusion, voir le résumé précédent]</p>	<p>Risque de confusion (Rejet du recours)</p>
<p>BVGer vom 7. Mai 2018 (B-7509/2016)</p> <p>«Shoe Passion»</p>	<p><i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Werbemässige Anpreisung</p>	<p>Die Wortelemente «Shoe» und «Passion» gehören zum englischen Grundwortschatz. In Kombination wird die Botschaft vermittelt, dass die Produkte aus Leidenschaft für Schuhwaren entwickelt und angeboten würden. Als werbemässiger Anpreisung fehlt dem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft.</p>	<p>Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)</p>