

## 4. Kennzeichenrecht / Droit des signes distinctifs

### 4.1 Marken / Marques

#### «Speedmaster / Speedchamp (fig.)»

#### Commission fédérale de recours en matière de propriété intellectuelle du 18 mai 2006

*LPM 3 I c. Une similarité entre deux marques destinées à des produits ou services identiques ou similaires ne suffit pas en soi à exclure de la protection le signe postérieur. Cette conséquence ne se justifie que s'il existe un risque de confusion, lequel s'apprécie en fonction des critères de l'effet auditif, de l'impression visuelle et de la signification des marques en cause (consid. 2, 3, 4).*

*LPM 3 I c. Le terme «speed» n'est pas directement descriptif par rapport à des produits horlogers et possède donc une force distinctive normale (consid. 5).*

*LPM 3 I c. Il existe un risque de confusion entre les marques «Speedmaster» et «Speedchamp (fig.)» à cause de leur signification très similaire (consid. 6).*

*LPM 3 I c. La notoriété d'une marque confère un champ de protection élargi et accentue le risque de confusion (consid. 7).*

*MSchG 3 I c. Eine Ähnlichkeit zwischen zwei Marken, die identische oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen kennzeichnen, genügt für sich alleine nicht, um das jüngere Zeichen vom Schutz auszuschliessen. Dies ist erst dann gerechtfertigt, wenn auch eine Verwechslungsgefahr besteht, die aufgrund des Wortlauts, des optischen Eindrucks und des Sinngehalts der beiden Marken zu beurteilen ist (E. 2, 3, 4).*

*MSchG 3 I c. Der Begriff «Speed» ist für Uhren nicht unmittelbar beschreibend und verfügt über eine normale Kennzeichnungskraft (E. 5).*

*LPM 3 I c. Zwischen den Marken «Speedmaster» und «Speedchamp [fig.]» besteht wegen ihrem sehr ähnlichen Sinngehalt eine Verwechslungsgefahr (E. 6).*

*MSchG 3 I c. Die Bekanntheit einer Marke verleiht dieser hinsichtlich der Verwechslungsgefahr einen erweiterten und verstärkten Schutzzumfang (E. 7).*

Rejet du recours; réf. MA-WI 21/05

La recourante a obtenu l'enregistrement de la marque suisse No. 522 785 «Speedchamp [fig.]», pour les produits suivants de la classe 14 : «Métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué compris dans cette classe, joaillerie, bijouterie, pierres précieuses, horlogerie et instruments chronométriques».

L'intimée a formé opposition à l'encontre de cet enregistrement, en se fondant sur sa marque suisse No. P-287 422 «Speedmaster», déposée le 21 février 1977 (en renouvellement de la marque antérieure No. 164 633) et prévue également pour des produits de la classe 14. L'opposition portait sur «tous les produits revendus, sauf les métaux précieux et leurs alliages».

L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle a admis l'opposition. La recourante recourt contre cette décision.

**Considérants:**

2. Sont exclus de la protection les signes similaires à une marque antérieure et destinés à des produits et services identiques ou similaires lorsqu'il en résulte un risque de confusion (art. 3 al. 1 let. c LPM). Selon la doctrine et la jurisprudence, pour l'appréciation du risque de confusion, la différence entre deux signes devra être d'autant plus importante que les produits sont similaires et vice-versa (ATF 122 III 387; K. Troller, Précis du droit suisse des biens immatériels, Bâle 2001, 83).

En l'espèce, et comme relevé à juste titre dans la décision de l'instance précédente, il est incontestable que certains des produits revendiqués par la marque attaquée de la recourante, à savoir horlogerie et instruments chronométriques, sont identiques à ceux revendiqués par la marque opposante, alors que les autres produits, à savoir produits en métaux précieux et leurs alliages ou en plaqué, joaillerie, bijouterie, pierres précieuses, sont très similaires à ceux revendiqués par la marque opposante. Il s'agit donc d'exiger une dissemblance suffisamment nette entre les deux marques en question pour pouvoir exclure un risque de confusion entre celles-ci.

3. Il convient donc d'examiner la similarité entre les deux marques en présence et de les comparer, sachant que c'est l'impression d'ensemble laissée auprès des consommateurs qui est déterminante, et étant entendu que ceux-ci ne les auront en principe pas forcément en même temps sous les yeux.

Il est indéniable qu'il existe entre elles une certaine similitude du fait de la présence commune du préfixe «speed», et que l'on sait que c'est en principe la syllabe d'attaque, la première partie d'une marque verbale, qui détermine cette similitude, au moins du point de vue auditif.

4. Toutefois, selon l'art. 3 al. 1 let. c LPM, une similarité entre deux marques destinées à des produits ou services identiques ou similaires ne suffit pas per se à exclure de la protection le signe postérieur. Cette conséquence ne se justifie que s'il en résulte un risque de confusion (L. David, Kommentar zum Markenschutzgesetz, 2e éd., Bâle 1999, MSchG 3 N 5).

On sait également qu'il suffit qu'un risque de confusion existe en fonction de l'un des trois critères considérés (effet auditif, impression visuelle et sens des signes à comparer) pour que la marque la plus récente soit annulée (David, MSchG 3 N 17).

Dans le cas d'espèce, et comme déjà relevé précédemment, les deux marques en présence ont en commun le terme «speed»; il convient donc d'examiner si la reprise de ce terme est de nature à fonder un risque de confusion, ceci en tenant compte du fait qu'elle ne peut l'être que pour autant que ledit terme commun ne soit pas un élément faible ou non distinctif (CREPI, sic! 1998, 194, «Secret Pleasures / Private Pleasures»; CREPI, sic! 2001, 320, «Nutricia / Nutri»; CREPI, sic! 2004, 684, «Swatch [fig.]/B Watch [fig.]»).

5. Or, la Commission de recours estime, contrairement à l'avis en la matière de l'instance précédente, que le terme anglais «speed», signifiant «vitesse», n'est pas en tant que tel un élément faible au sens de la loi et de la jurisprudence sur les marques, en ce sens qu'il ne peut pas être considéré comme directement descriptif par rapport aux produits concernés du domaine horloger, et ceci malgré le fait qu'une montre puisse être utilisée comme moyen pour mesurer une valeur (temps) permettant, mais uniquement en combinaison avec un autre instrument de mesure pour déterminer une autre valeur (distance), de calculer une vitesse. Ainsi, on peut affirmer que le terme considéré ne peut pas réellement décrire «la fonction d'une montre». Pour la Commission de recours, le terme commun «speed» doit donc être considéré comme ayant une force distinctive normale, malgré un certain caractère allusif à la possibilité indirecte d'utiliser une montre dans le calcul d'une vitesse.

6. En ce qui concerne le sens que l'on peut attribuer aux deux marques en présence, la Commission de recours ne saurait approuver l'interprétation qu'a faite la recourante dans sa réponse du 10 janvier 2005 de la différence entre les suffixes descriptifs «master» respectivement «champ».

En effet, s'il est vrai que la traduction en français du terme anglais «master» peut également faire référence aux termes «maître» et «maîtrise», qui ne seraient ainsi pas réellement identiques dans leur sens au terme «champion» (dont le suffixe -champ est une abréviation), il convient de constater que la traduction en allemand, à savoir «Meister», correspond elle par contre clairement à la traduction du terme français «champion».

Il en découle que l'on doit admettre qu'il existe également un risque de confusion entre les marques en présence à cause de leur signification très similaire voire identique.

7. Enfin, dans l'appréciation du risque de confusion, il faut aussi tenir compte de la connaissance que le consommateur suisse moyen a de la marque opposante.

Ainsi, on doit admettre que la marque «Speedmaster» a effectivement acquis une notoriété indéniable depuis des décennies, notamment depuis son usage par les cosmonautes américains sur la lune, qui lui confère un champ de protection élargi et qui accentue le risque de confusion déjà constaté entre les marques en présence.

En conséquence, compte tenu de l'identité pour certains produits et de la forte similarité pour les autres produits, de la similitude phonétique et visuelle des deux marques en présence due à la présence du préfixe commun «speed» et de la similitude sémantique entre celles-ci, ainsi que du risque de confusion qui en résulte pour le public suisse, ce risque étant encore accru par la notoriété acquise par la marque opposante, la marque attaquée «Speedchamp» doit être révoquée en vertu de l'art. 3 al. 1 let. c LPM.

[...]

Ga