

Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren / Autres arrêts concernant la procédure d'enregistrement ou d'opposition en droit des marques

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

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 23 janvier 2009 (B-516/2008) «After hours»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Obligation pour l'auto- rité de motiver sa déci- sion. Signe distinctif	Il découle du droit d'être entendu l'obligation pour l'auto- rité de motiver sa décision; celle-là peut toutefois se limi- ter à mentionner les points sur lesquels elle fonde sa déci- sion, sans traiter tous les arguments des parties. S'agissant de la vente au détail de produits horlogers et de bijouterie, les milieux intéressés sont les fabricants et les commerçants de la branche. En revanche, la réparation et l'entretien de produits horlogers et de bijouterie concer- nent l'ensemble des consommateurs en Suisse. Les uns comme les autres ne sont pas supposés avoir une connais- sance de l'anglais allant au-delà des termes courants. Pour les milieux intéressés, «After hours», en relation avec la vente au détail de produits horlogers et de bijouterie, est dépourvu de sens; ce signe pourrait avoir un sens en rap- port avec la réparation et l'entretien de produits horlogers et de bijouterie, mais il n'est pas compris des milieux inté- ressés. Il n'appartient ainsi pas au domaine public.	Signe pouvant être pro- tégé (Admission du recours)
TAF du 25 février 2009 (B-5782/2008) «Albino»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe distinctif. Enregistrement au pays d'origine	«Albino» désigne à la fois une petite commune de Lom- bardie, largement inconnue du public suisse, et, en italien, une personne atteinte d'albinisme; c'est aussi un prénom italien. Ce signe n'est ainsi pas compris des consomma- teurs suisses comme désignant une provenance géogra- phique; il peut dès lors être enregistré pour des produits des classes 3, 18 et 25. Le signe ayant été enregistré comme marque en Italie et dans l'Union européenne, il n'incombe pas aux autorités suisse d'être plus restrictives que celles du pays d'origine.	Signe pouvant être pro- tégé (Admission du recours)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 31 mars 2009 (B-1656/2008) «F1 / F1H2O»	<i>Opposition:</i> Similarité de produits et de services. Marques brèves	Des véhicules et des services d'éducation et de formation sont similaires, des cours de conduite et d'entretien de véhicules étant couramment dispensés. Les marques «F1» et «F1H2O» ne sont pas comprises comme des mots mais comme des suites de lettres et de chiffres, dont la différence de longueur saute aux yeux, tandis que leur effet auditif est clairement différent. Il est peu vraisemblable que le public scinde la marque attaquée en «F1» et «H2O», ce d'autant plus que les produits et les services couverts n'ont pas de lien direct avec l'eau. Il n'y a par conséquent pas de risque de confusion entre les marques.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)
TAF du 15 avril 2009 (B-7515/2008) «(fig.) / Kool (fig.)» 	<i>Opposition:</i> Prépondérance de l'élément verbal d'une marque mixte	Les fumeurs sont des consommateurs moyens, qui ne déploient pas une attention particulière en achetant des cigarettes. Ils ne gardent pas en mémoire, dans la marque attaquée, l'élément figuratif circulaire, mais se souviennent avant tout de l'élément verbal «Kool», le premier apparaissant comme une partie du second. La marque attaquée étant caractérisée par l'élément verbal «Kool», elle ne risque pas d'être confondue avec la marque antérieure, en dépit de quelques similarités entre les éléments figuratifs.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)