



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 9 mars 2009 (B-4119/2008) «Como view»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Indication géographique dépourvue de caractère distinctif	Côme (en italien, Como) est une ville du nord de l'Italie, dans une région connue pour ses beaux paysages, de sorte qu'on ne peut exclure que «Como view» fasse penser à l'origine italienne des produits; ce signe est ainsi déceptif pour des produits (ici, des écrans, en particulier pour le contrôle de données) ne provenant pas de ce pays. Il est sans pertinence que certains acheteurs spécialisés dénomment ces produits «Control monitors» (en abrégé «Como»), les écrans en général s'adressant à une large clientèle, qui ne les utilise pas seulement pour le contrôle. Une soixantaine de tels écrans munis de ce signe étant vendue annuellement en Suisse à une quinzaine de clients, ce signe n'a pas pu devenir distinctif d'une seule entreprise.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
TAF du 10 mars 2009 (B-386/2008) «GB»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Indication géographique dépourvue de caractère distinctif. Portée de l'inscription d'une raison au registre du commerce	Les produits concernés, notamment les pièces pour machines à tricoter et autres machines textiles, s'adressent en particulier aux fabricants de telles machines, mais aussi aux détaillants et aux consommateurs moyens (p. ex. les aiguilles). Dans ces milieux, GB est compris comme l'abréviation de Grande-Bretagne (et non de l'unité de mesure de stockage en informatique, gigabyte) et fait penser à une origine britannique des produits. L'inscription d'une raison au registre du commerce ne lie pas l'IPI, car les critères d'enregistrement d'une marque sont plus stricts que ceux concernant l'inscription d'une raison de commerce.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
BVGer vom 16. März 2009 (B-6562/2008) «Victoria (fig.)» 	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Schutzfähigkeit eines Zeichens mit Doppelbedeutung	Victoria ist sowohl ein weiblicher Vorname als auch der Name von Städten in Australien, Kanada, Rumänien, Kamerun und auf den Seychellen. Angesichts berühmter Namensträger wie der Königin Victoria, Victoria Beckham etc. dominiert im Zusammenhang von Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 42 und 44 jedoch das Verständnis als Frauennamen. Entsprechend entfällt eine Irreführungsfahr.	Schutzfähiges Zeichen (Gutheissung der Beschwerde)
BVGer vom 14. April 2009 (B-653/2009) «Express Advantage»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Qualitätsangabe	Ein Zeichen «Express Advantage» verspricht dem Käufer einen schnellen Vorteil und bildet daher eine schutzunfähige Qualitätsangabe (vgl. auch BGE 108 II 487, «Vantage»). Keine Rolle spielt, dass die Art des Vorteils nicht spezifiziert wird. Fehlende Vergleichbarkeit mit der Voreintragung CH Nr. 556 677 «Express».	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 6. Mai 2009 (B-142/2009) «Pulcino / Dolcino»	<i>Widerspruch:</i> Fehlende Verwechslungsgefahr aufgrund unterschiedlichen Sinngelhalts	Die Zeichen «Dolcino» (Dol-tschi-no) und «Pulcino» (Pul-tschi-no) sind in klanglicher Hinsicht, ebenso bezüglich des Schriftbildes, ähnlich. Unterschiedlich ist der Sinngelhalt, weil Dolce auch beim deutsch- und französischsprachigen Konsumenten die Bedeutung von «Süss» assoziiert. Dies begründet einen genügenden Zeichenabstand, zumal die geläufige italienische Endsilbe «ino» unbeachtlich bleibt (Hinweis: Zur Vernachlässigbarkeit der Endsilbe «ino» vgl. auch BGE 112 II 362, «Seccolino / Escolino»).	Fehlende Verwechslungsgefahr (Gutheissung der Beschwerde)
TAF du 26 mai 2009 (B-201/2009) «Atlantic (fig.) / Tissot Atlan-T» 	<i>Opposition:</i> Prépondérance du début de la marque	Le premier élément de la marque attaquée, «Tissot» est prépondérant et ne figure pas dans la marque opposante; même l'élément verbal de cette dernière, «Atlantic», n'est pas repris à l'identique dans la marque attaquée. La marque opposante évoque la navigation maritime, tandis que le public associe la marque attaquée à l'entreprise fondée par l'horloger Tissot, l'élément «Atlan-T» étant compris comme désignant un modèle particulier de montre.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)