



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
BVGer vom 15. Juli 2009 (B-3643/2008) «RepXpert»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Unterscheidungskräftige Mutilation	Der Sinngehalt der Wortschöpfung RepXpert liegt zumindest nicht auf der Hand. Zwar versteht der Durchschnittskonsument das Zeichenelement Xpert als verkürzte Schreibweise des englischen Wortes «expert». Der Bedeutungsgehalt von Rep ist jedoch mehrdeutig, und die Marke fällt auch durch ihre originelle Wortsymmetrie auf.	Für alle Klassen schutzfähiges Zeichen (Gutheissung der Beschwerde)
BVGer vom 16. Juli 2009 (B-6748/2008) «XpertSelect»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortkombination	Xpert wird vom Durchschnittskonsumenten als Kurzform des englischen Wortes «expert» verstanden. Select lässt sich mit «auswählen, ausgewählt, exklusiv etc.» übersetzen. Die Kombination bildet eine Anspielung auf die Kompetenz der Beschwerdeführerin resp. eine schutzunfähige Qualitätsanpreisung. Kein Grenzfall.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 26 août 2009 (B-1364/2008) «On the beach»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif de la destination des produits	En Suisse, les acheteurs de produits cosmétiques et de parfumerie, ainsi que de lotions pour les cheveux, soit les consommateurs moyens comme les spécialistes de la coiffure et des soins cosmétiques, comprennent sans autre la signification d'«On the beach», soit «à la plage». Ils en déduisent que les produits ainsi désignés sont particulièrement adaptés à un usage dans un environnement ensoleillé et dans l'eau salée. Cette dénomination ne constitue dès lors pas une simple association d'idées avec les vacances au bord de la mer, mais indique le domaine d'utilisation des produits.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
TAF du 27 août 2009 (B-5659/2008) «Chocolat Pavot (fig.) II» 	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif du goût du produit	Le consommateur comprend «Chocolat Pavot» comme désignant un produit ayant le goût des grains de pavot et non comme un chocolat fin comme les pétales de pavot. L'arrêt renvoie pour le surplus à la motivation de l'arrêt «Chocolat Pavot (fig.) I» résumé in sic! 2008, 537. Compte tenu du caractère descriptif de la dénomination, le graphisme utilisé n'est pas suffisamment inhabituel pour conférer à l'ensemble un caractère distinctif.	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
<p>TAF du 27 août 2009 (B-6203/2008)</p> <p>«Chocolat Pavot (fig.) III»</p> 	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe dépourvu de caractère distinctif</p>	<p>L'emballage représenté ne diffère pas de ce qui est habituellement utilisé pour des chocolats; le consommateur n'attache pas d'importance à la façon dont cet emballage est plissé pour en assurer la fermeture ni au découpage du papier, ni non plus à la couleur rouge vif de ce dernier. L'élément verbal «Chocolat Pavot» est quant à lui dépourvu de caractère distinctif (voir ci-dessus), de même que les ovales qui l'entourent et la couleur dorée de l'ensemble.</p> <p>La combinaison de ces divers éléments ne suffit pas non plus à conférer au signe un caractère distinctif.</p>	<p>Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)</p>
<p>TAF du 27 août 2009 (B-985/2009, 990/2009 et 992/2009)</p> <p>«Bioscience accelerator» «Biotech accelerator» «Biomed accelerator»</p>	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signes descriptifs de la nature des services</p>	<p>Les trois signes constituent des associations nouvelles d'éléments verbaux anglais, ignorées des dictionnaires. Cela n'empêche pas qu'ils puissent être descriptifs si leur sens est compris des milieux auxquels les services concernés sont destinés, ici en premier lieu les jeunes entreprises («start-ups»).</p> <p>Dans ce domaine, un accélérateur est une institution aidant une jeune entreprise à se développer rapidement. Les signes sont par conséquent descriptifs de telles institutions actives dans les domaines des biosciences, des biotechnologies et de la biomédecine, de sorte qu'ils ne peuvent être monopolisés.</p>	<p>Signes ne pouvant être protégés (Rejet des recours)</p>

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
<p>TAF du 30 septembre 2009 (B-137/2009)</p> <p>«Diapason Commodities Management (fig.); Diapason Commodities Index; Diapason / Diapason Rogers Commodity Index»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Absence de similarité des produits et des services</p>	<p>Les brochures, les lettres d'information et le papier à lettres ne doivent pas être pris en considération, dans la mesure où ils servent seulement à promouvoir et à matérialiser des services financiers.</p> <p>Pour que des produits et des services soient considérés comme similaires, il ne suffit pas qu'ils soient complémentaires, mais il faut qu'ils constituent un ensemble de prestations formant un tout économique pouvant provenir d'une même entreprise. Les services financiers sont rendus par des établissements financiers et des gérances ou des promoteurs immobiliers. Les produits de l'imprimerie ont pour but de divertir, d'informer ou d'instruire; ils sont vendus dans des librairies et des grandes surfaces.</p> <p>Ces services et ces produits peuvent s'adresser aux mêmes consommateurs, mais ils n'appartiennent pas au même secteur économique, ne répondent pas aux mêmes besoins et ne sont pas offerts dans les mêmes lieux, de sorte que le consommateur moyen ne peut penser qu'ils proviennent d'une même entreprise.</p>	<p>Absence de risque de confusion (Rejet du recours)</p>
<p>BVGer vom 15. Oktober 2009 (B-2323/2009)</p> <p>«Circus Conelli»</p>	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Legitimation zum Widerspruch bei gesellschafts-interner Auseinandersetzung; notorisch bekannte Marke</p>	<p>Bei behaupteter Notorietät ist auf den Widerspruch einzutreten. Gehört die angeblich notorisch bekannte Marke einer einfachen Gesellschaft, so kann jeder Gesellschafter eine konkurrierende Hinterlegung seines Mitgesellschafters mit Widerspruch belegen. Der Sonderschutz der notorisch bekannten Marke kommt nur ausländischen Marken zu (Bestätigung von BVGer B-1752/2009, «Swatch Group [fig.] / watch.ag [fig.]»). Kürzung der anwaltlichen Kostennote auf CHF 5000.–.</p>	<p>Kein markenrechtlicher Abwehranspruch (Abweisung der Beschwerde)</p>
<p>BVGer vom 20. Oktober 2009 (B-505/2009)</p> <p>«adidas (fig.); Adidas / Adissasport home fitness (fig.)»</p>  	<p><i>Relative Schutzausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit</p>	<p>Zwischen Sportartikeln (Klasse 28) einerseits, Matten (Klasse 27) sowie Spielen, Spielzeug, Turn- und Sportartikeln besteht Gleichartigkeit. Unter den Oberbegriff Matten (Klasse 27) gehören auch Turn- und Gymnastikmatten. Zwischen Sportartikeln und Spielen/Spielzeug gibt es keine scharfe Abgrenzung, weshalb auch insoweit zumindest eine entfernte Warengleichartigkeit verbleibt. Die angefochtene Marke wird durch das Element «Adissa» geprägt, welches sich von der kennzeichnungsstarken Marke «adidas» nur geringfügig unterscheidet. Selbst bei bloss entfernter Gleichartigkeit droht daher eine mittelbare Verwechslungsgefahr.</p>	<p>Es besteht Verwechslungsgefahr (Abweisung der Beschwerde)</p>