

4. Kennzeichenrecht / Droit des signes distinctifs

4.1 Marken / Marques

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 31 mars 2010 (B-5732/2009) «(fig.) / Aviator (fig.)»  	<i>Opposition:</i> Usage de la marque antérieure	Le défaut d'usage n'étant pas examiné d'office, la question ne doit plus être tranchée si le défendeur retire son allégation. La marque antérieure ayant été apposée sur des produits horlogers telle qu'elle a été enregistrée, il n'est pas nécessaire d'examiner si cette marque a également été utilisée sous des formes ne divergeant pas essentiellement de celle enregistrée.	Admission de l'usage de la marque antérieure (Admission des recours et renvoi des causes à l'Institut pour trancher la question de l'existence de motifs relatifs d'exclusion)
TAF du 8 avril 2010 (B-30/2009) «Alvaro Navarro»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe faisant penser à une province espagnole et créant une association d'idées avec l'Espagne	L'art. 4 al. 2 du traité hispano-suisse sur la protection des indications de provenance interdit l'usage des noms des provinces et régions espagnoles même sous une forme modifiée, si, malgré cette modification, les milieux intéressés en Suisse, soit ici les consommateurs de produits cosmétiques, établissent un lien entre le signe et la provenance des produits. L'ensemble «Alvaro Navarro» est compris comme le prénom et le nom de famille d'une personne d'origine espagnole, le consommateur connaissant la Navarre, communauté autonome et province espagnole; il en découle plus généralement une association d'idées avec l'Espagne. Pour des produits ne provenant pas d'Espagne, cela suffit pour qu'il existe un risque de confusion au sens du traité, même si le consommateur ne considère pas nécessairement que les produits munis de cette marque proviennent effectivement d'Espagne.	Signe pouvant être protégé seulement pour des produits de provenance espagnole (Admission partielle du recours)

* Prof. Dr. iur., Försprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
BVGer vom 12. April 2010 (B-3650/2009) «5 am Tag» «5 par jour» «5 al giorno» «5 a day»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Fehlende Unterscheidungskraft	Im Zusammenhang mit pharmazeutischen und diätetischen Produkten der Klasse 5 werden diese Zeichen als Dosierungshinweis verstanden, im Zusammenhang mit Getränken der Klasse 32 als werbemässige Anpreisung.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 14. April 2010 (B-4848/2009) «Trendline / Comfortline»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Die englischen Vokabeln «comfort», «trend» und «line» gehören zum Grundwortschatz und sind für die massgeblichen Abnehmerkreise verständlich. Comfortline verspricht bequeme, Trendline trendige Produkte. Andere Bedeutungen der betreffenden Vokabeln treten bei Waren der Klasse 12 in den Hintergrund. Keine Analogie zum Fall «Swissline» (BGer 4A.6/1998), weil die Herkunftsangabe Swiss mehrdeutiger ist.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 28 mai 2010 (B-2844/2009) «SAP / ;asap (fig.)» 	<i>Opposition:</i> Absence de similarité entre deux marques brèves dont le début est différent	Le développement, la prestation de conseils et la recherche dans le domaine des programmes informatiques, d'une part, et, de l'autre, des services d'analyse et de recherche, ainsi que le développement de matériels et de logiciels informatiques sont similaires ; il en va de même des télécommunications et des services internet. Le graphisme utilisé pour la marque attaquée n'est pas inhabituel et n'influence pas l'impression d'ensemble laissée par cette marque. Le consommateur ne saurait voir la marque antérieure dans celle attaquée, le début de cette dernière étant très différent, le «a» initial n'étant en outre pas dissocié de la suite de la marque.	Absence de risque de confusion (Admission du recours)