


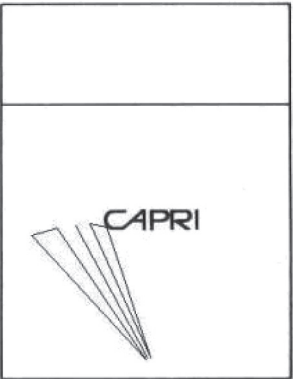

## Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren / Autres arrêts en matière d'enregistrement ou d'opposition à des enregistrements de marques

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

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 23 avril 2010 (B-55/2010)  «G (fig.)»  	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe devant demeurer à la libre disposition de tous. Faits nouveaux dans la procédure de recours	Une lettre isolée ne peut être protégée. Le graphisme utilisé, notamment l'inclinaison de la lettre vers la gauche, n'a rien d'inhabituel et ne suffit pas à conférer au signe un caractère distinctif en relation avec des produits cosmétiques et des rasoirs.  Le déposant peut encore alléguer devant le TAF que son signe est devenu distinctif et le rendre vraisemblable, sans nécessairement devoir apporter une preuve complète; le TAF doit fonder sa décision sur la situation au moment où son arrêt est rendu.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 16. Juni 2010 (B-1279/2008)  «Altec Lansing»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Irreführung über die geografische Herkunft	Der Erfahrungssatz, dass eine Herkunftsangabe beim Konsumenten herkunftsspezifische Erwartungen assoziiert, gilt auch bei zusammengesetzten Marken. Allein der Status als Hauptstadt des amerikanischen Gliedstaates Michigan besagt noch nichts über die Bekanntheit einer Herkunftsangabe. Die seltene Erwähnung der Stadt Lansing in den Schweizer Printmedien bildet ein Indiz für die fehlende Bekanntheit. Im Zusammenhang mit Geräten der Klasse 9 (und in Verbindung mit dem Fantasiezeichen Altec) tritt die geografische Bedeutung in den Hintergrund, weil der Konsument «um die gänzlich fehlende Qualität der Städte als Produktions- und Handelsort von Audiogeräten» wisse.	Keine Irreführungsgefahr aufgrund der Mitverwendung der Herkunftsangabe «Lansing» (Gutheissung der Beschwerde)

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
BVGer vom 21. Juni 2010 (B-6959/2009)  <b>«Capri (fig.)»</b>  	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Irreführung über die geografische Herkunft	Im Markenrecht ist bereits dann von einer Täuschungs- gefahr auszugehen, wenn der Konsument aufgrund einer ihm bekannten Herkunftsangabe ein Produkt aus dem entsprechenden Land erwartet. Unwesentlich ist daher, dass auf Capri weder der Anbau von Tabak noch die Pro- duktion von Raucherwaren ernsthaft in Betracht kommt (Kleininsel von 10,4 km <sup>2</sup> , 13 000 Einwohner). Der Schutz ist deshalb einzuschränken, weil Italien für den Tabakan- bau (Klima, Bodenbeschaffenheit etc.) geeignet ist. Selbst die stilisierten Sonnenstrahlen assoziieren kein anderes resp. symbolisches Verständnis (Capri = Ferien, Entspan- nung etc.).	Ohne Einschränkung auf Waren italienischer Herkunft schutzunfähi- ges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 19 juillet 2010 (B-892/2009)  <b>«Heidiland / Heidi-Alpen»</b>	<i>Opposition:</i> Usage d'une forme de la marque ne divergeant pas essentiellement de la marque enregistrée. Défaut d'usage de la marque antérieure	Le signe «Bio-Heidilandkäse» ne diverge pas essentielle- ment de la marque «Heidiland», les adjonctions étant descriptives. Si le dossier de pièces déposé par l'opposant rend vrai- semblable un certain usage de la marque par un licencié durant la période pertinente, cela ne suffit pas nécessaire- ment à rendre vraisemblable un usage sérieux au sens de la jurisprudence. Une unique livraison de 567 kg de fromage à un intermédiaire, sans qu'on sache quelle quantité a été mise en vente au détail, ainsi que deux dégustations durant trois jours chacune sont insuffisantes.	Défaut d'usage de la marque antérieure (Rejet du recours)
TAF du 26 juillet 2010 (B-7663/2009)  <b>«Eco-Clin / Swiss Eco Clean (fig.)»</b>  	<i>Opposition:</i> Marques concordant par des éléments faiblement distinctifs	Même si la marque antérieure bénéficie d'une aire de protection normale, les deux marques ont en commun seulement un élément très faible, qui résulte de la combi- naison d'éléments du domaine public. Cela ne permet pas de retenir l'existence d'un risque de confusion, alors que la marque attaquée comprend d'autres éléments, absents de la marque antérieure.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)