

## 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 **MICHEL MÜHLSTEIN\***

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
TAF du 28 mai 2015 (B-6099/2013)  «Carpe diem   Carpe noctem»	<i>Opposition:</i> Risque de confusion indirect entre deux signes, qui comportent chacun le même élément initial, mais un second élément différent	Les bières, d'une part, et, de l'autre, les «boissons alcooliques (à l'exception des bières)» ne sont pas similaires; en revanche, les bières, d'une part, et, de l'autre, le vin le sont, de même que les préparations de café et cacao pour faire des boissons alcoolisées, d'une part, et, de l'autre, les boissons alcoolisées. Les deux signes présentent une certaine similarité, dès lors qu'ils comportent le mot «carpe» comme élément initial. La présence du second élément, «diem», et, respectivement, «noctem», nettement différent, rend cependant un risque de confusion direct peu vraisemblable; le sens de ces deux mots n'apparaît pas clairement aux milieux concernés et demeure ainsi dépourvu de portée. Les milieux concernés peuvent néanmoins inférer de la présence du même élément initial dans les deux marques que les produits ainsi désignés ont la même origine; il en découle un risque de confusion indirect.	Risque de confusion indirect (rejet du recours)
TAF du 5 juin 2015 (B-203/2014)  «Swissix Swiss Internet Exchange (fig.)   ix Swiss»  	<i>Opposition:</i> Existence d'un risque de confusion pour autant que la force distinctive de la marque antérieure ne soit pas réduite du fait de son caractère descriptif pour certains services	Les deux signes sont similaires, car leurs éléments prépondérants («Swiss» et «ix») sont les mêmes; peu importe que leur ordre soit inverse dans chacun des signes. Pour les milieux concernés, le suffixe «-ix» possède une signification seulement dans le domaine des télécommunications, mais non en relation avec l'usage d'internet; par conséquent, l'aire de protection de la marque antérieure est réduite uniquement pour les télécommunications. Pour les autres services de la classe 38 et pour ceux de la classe 42, la force distinctive de la marque antérieure n'est pas diminuée, de sorte qu'il existe alors un risque de confusion entre les deux signes.	Risque de confusion pour les services de la classe 38, à l'exception des télécommunications, et pour ceux de la classe 42 (admission partielle du recours)

\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
<p>TAF du 18 juin 2015 (B-6137/2013)</p> <p>«Terra   Vetia Terra»</p>	<p><i>Opposition:</i> Risque de confusion (indirect) découlant de la reprise de la marque antérieure dans celle attaquée</p>	<p>Les préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraiser, d'une part, et, de l'autre, les huiles éthérées sont similaires, car elles sont toutes utilisées pour l'entretien des locaux et sont vendues par les mêmes canaux de distribution.</p> <p>Il découle de la présence de l'élément «Vetia» dans la marque attaquée qu'il est peu probable que les deux signes soient confondus ; il est en revanche très vraisemblable que les milieux concernés, même s'ils distinguent les deux signes, attribuent la même origine aux produits qui en sont munis ; c'est la conséquence de la reprise de la marque antérieure dans celle attaquée.</p>	<p>Risque de confusion (rejet du recours)</p>
<p>TAF du 25 juin 2015 (B-3488/2014)</p> <p>«Teddy   Ta Di (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Légère similarité de l'effet sonore des marques compensée par un effet visuel nettement distinct et par un sens différent</p>	<p>Le chocolat, d'une part, et, de l'autre, le café et le cacao sont similaires ; il en va différemment des macarons, du miel, des condiments pour produits alimentaires, des farines, du sucre, du sel, etc. par rapport au chocolat.</p> <p>Certes, la marque attaquée reprend la première lettre de chacune des deux syllabes de la marque antérieure, mais pas les autres lettres. En outre, au contraire de la marque antérieure, celle attaquée comporte deux mots, placés l'un sous l'autre, le tout étant enserré dans un cadre bien visible.</p> <p>La marque attaquée ne reprend pas non plus le sens de celle antérieure, soit un ours en peluche.</p> <p>Dès lors, le fait que les deux marques ont un effet sonore légèrement similaire ne suffit pas à entraîner un risque de confusion.</p>	<p>Absence de risque de confusion (rejet du recours)</p>
<p>TAF du 29 juin 2015 (B-2296/2014)</p> <p>«YSL (fig.)   SL Skinny Love (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Impression d'ensemble différente malgré des similarités entre les deux marques</p>	<p>Les deux marques ont en commun les lettres «SL» et le fait de constituer un monogramme composé de lettres entrelacées ; en revanche, la marque attaquée ne reprend pas le «Y» initial de la marque antérieure, mais elle comporte l'adjonction «Skinny Love». Il en découle une impression d'ensemble nettement différente, ce d'autant plus que la marque antérieure fait penser à une personne (Yves Saint Laurent), alors qu'on reconnaît dans le monogramme de la marque attaquée l'abréviation des mots «Skinny Love».</p>	<p>Absence de risque de confusion (rejet du recours)</p>