


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 **Michel Mühlstein***

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 4 juillet 2015 (B-234/2014)</p> <p>«Juke Jook Video (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Similarité des produits et des services ; risque de confusion découlant de ce qu'un élément verbal similaire à la marque antérieure constitue la partie prépondérante de la marque attaquée</p>	<p>Similarité entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> – stations météorologiques et instruments de mesure ; – jumelles et articles de lunetterie ; – mise à disposition de programmes informatiques et conception et développement de logiciels. <p>Pas de similarité entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> – ordinateurs, périphériques (claviers, souris, etc.) et programmes informatiques, d'une part, et, de l'autre, mécanismes pour appareils à préparation. <p>L'élément verbal de la marque attaquée est prépondérant en raison de sa position dominante au centre de l'élément figuratif et de la grandeur des lettres. L'élément verbal «Video» est perçu comme secondaire, les lettres utilisées étant plus petites et l'ensemble pouvant être compris comme une application pour la vidéo, dénommée «Jook». Les éléments «Juke» et «Jook» sont similaires, les lettres «u» et «oo» produisant le même son en anglais. Les deux termes font en outre penser à un «juke-box». Il en découle une similarité entre les deux marques.</p> <p>Cette similarité conduit à admettre l'existence d'un risque de confusion, les produits et services concernés n'étant pas acquis avec une attention particulièrement soutenue.</p>	<p>Risque de confusion, sauf pour certains produits (Admission partielle du recours)</p>

* Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 14 septembre 2015 (B-1637/2015)</p> <p>«Femibion (fig.) Feminabiane»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Risque de confusion découlant de l'identité, dans les deux marques, des syllabes initiales et de terminaisons similaires</p>	<p>Le graphisme utilisé pour la marque antérieure est peu distinctif, de sorte que les acheteurs se réfèrent principalement à l'élément verbal.</p> <p>Les deux marques possèdent les deux mêmes syllabes initiales et deux terminaisons similaires ; il en découle que les marques sont similaires, en dépit de la présence, dans la marque attaquée, de la syllabe médiane « na », peu perceptible.</p> <p>Les deux marques visant des produits similaires, voire, pour partie, identiques, le risque de confusion doit être admis.</p>	<p>Risque de confusion (Rejet du recours)</p>