

## 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\*\***

<p>TAF du 6 juin 2017 (B-5183/2015)</p> <p>«<b>Marque de couleur</b> (Pantone 677 édition 2010)»</p>	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe dépourvu de caractère distinctif pour les produits concernés; insuffisance des pièces produites pour démontrer que le signe revendiqué s'est imposé comme marque</p>	<p>Pour des sphères d'articulations coxofémorales, des cupules et des fosses acétabulaires, la couleur rose pâle ne se distingue guère du blanc ou du crème utilisés habituellement pour de tels produits. Cette couleur n'est donc pas perçue comme indiquant la provenance des produits.</p> <p>La couleur revendiquée est certes très largement utilisée dans sa publicité par la recourante, qui dénomme elle-même ses produits «die Pinken» (les roses) et qui utilise le slogan «The Future is Pink!».</p> <p>Toutefois, le matériel publicitaire que la recourante produit pour démontrer le caractère distinctif du signe revendiqué n'est pas daté; de plus, les affiches et les vidéos à disposition sur YouTube sont en anglais, ce qui ne donne pas à penser qu'elles étaient destinées à être utilisées en Suisse.</p> <p>Il peut découler du fait que la couleur rose pâle a été largement utilisée par la recourante dans sa communication que le public associe cette couleur à l'entreprise, mais cela ne suffit pas pour en conclure que cette couleur est devenue distinctive des produits eux-mêmes.</p>	<p>Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)</p>
--	--	--	---

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
BVGer vom 13. Juni 2017 (B-2592/2016)  «iMessage»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen, Anforderungen an den Nachweis der Verkehrsdurchsetzung	Das Zeichen «iMessage» ist originär nicht unterscheidungskräftig, weil das Präfix «i» bei Produkten der Klasse 9, 38 und 42 mit Internet/Information/Informationstechnologie gleichgesetzt wird und deshalb in Kombination mit Message als direkt beschreibend einzu-stufen ist.  Der Instant-Message-Dienst «iMessage» wird seit der Lancierung im Jahr 2011 auf den Geräten iPhone, iPad und iPod Touch gebraucht. Angesichts der sehr hohen Verkaufszahlen ist die Verkehrsdurchsetzung im Zusammenhang mit elektronischen Kommunikationsdienstleistungen der Klasse 38 glaubhaft. Spärliche Belege für den Gebrauch in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz schaden nicht, weil es gerichtsnotorisch ist, dass die Produkte iPhone, iPad und iPod Touch in allen Landesteilen ähnlich intensiv genutzt werden.	Im Rahmen der glaubhaft dargelegten Verkehrsdurchsetzung schutzfähiges Zeichen (teilweise Gutheissung der Beschwerde)
BVGer vom 3. August 2017 (B-2668/2016)  «Croco (fig.)   Miss Croco»  	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Verwechslungsgefahr bei schwachen Kennzeichen	Die Marke «Croco» assoziiert bei Lebensmitteln der Klassen 29 und 30 eine krustig-knusprige Darreichungsform (Crackers, Chips, Bretzel etc.) und ist so betrachtet schwach. «Croco» (franz.: Alltagssprachliche Kurzform für Krokodil) ist jedoch kein direkter Hinweis auf die Warenform, weil bei Backwaren, Snacks etc. eine grosse Formenvielfalt besteht und die Gestaltung als Krokodil auch nicht typisch ist. Angesichts der reduzierten Aufmerksamkeit der Käufer von Snacks etc. ist die Verwechslungsgefahr trotz Markenschwäche zu bejahen.	Es besteht Verwechslungsgefahr (Gutheissung der Beschwerde)