

## 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 17 juin 2020 (B-6222/2019)  «Crunch   Tiffany Crunch N Cream»	<i>Opposition:</i> Cas dans lequel il n'existe pas de risque de confusion en dépit de la reprise de la marque antérieure dans celle attaquée	Les barres et plaques de chocolat, d'une part, et, de l'autre, le miel, le sucre, la levure, les sauces, le sel, les épices, etc. ne sont pas similaires; les barres et plaques de chocolat, d'une part, et, de l'autre, les confiseries, les biscuits, les gâteaux et les bonbons sont similaires. Les deux marques sont similaires. La marque «Crunch» ne renvoie pas directement aux produits concernés, mais comporte une allusion à des produits alimentaires qui sont grignotés ou consommés bruyamment, ainsi le chocolat croustillant. Cela amoindrit la force distinctive de la marque antérieure. Le seul élément commun aux deux marques est «Crunch», qui, dans la marque attaquée, figure en deuxième position et constitue un tout avec «N Cream». L'élément prédominant de la marque attaquée est «Tiffany», placé en tête et clairement distinctif. Les différences relevées suffisent à écarter le risque de confusion, même médiat.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
<p>BVGer vom 21. Juli 2020 (B-5462/2019)</p> <p>«NURSET   NusrEt (fig)» (angeblich notorisch bekannt)</p> 	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Notorisch bekannte Marke</p>	<p>Bei einem Zeichen, welches in der Schweiz weder beworben noch gebraucht wird, ist notorische Bekanntheit unwahrscheinlich, aber auch nicht ausgeschlossen. Die starke Präsenz von Herrn Nusret Gökçe in sozialen Medien ist ein Indiz, dass er als Person bei gewissen Kreisen der Weltbevölkerung nicht unbekannt ist. Die Bekanntheit als Marke im Gebiet der Schweiz ist jedoch allein damit nicht rechtsgenügend belegt.</p>	<p>Fehlender Nachweis der notorischen Bekanntheit in mindestens einem Verkehrskreis im Gebiet der Schweiz (Abweisung der Beschwerde)</p>
<p>BVGer vom 4. August 2020 (B-4379/2019)</p> <p>«SR   Smart Rider»</p> 	<p><i>Relative Schutzausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit der Produkte, Zeichenähnlichkeit, Verwechslungsgefahr</p>	<p>Der Begriff «Sportartikel» umfasst auch Sportbekleidung. Zwischen Kleidern (Klasse 25) und Sportartikeln (Klasse 28) besteht daher Gleichartigkeit (Bestätigung der Rechtsprechung). Schriftbildlich und klanglich besteht zwischen den gegenüberstehenden Zeichen eine schwache Ähnlichkeit. Die Widerspruchsmarke verfügt über eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft. Die Buchstabenkombination SR ist nur ein Teilelement der angefochtenen Wort-/Bildmarke. Die grafische Gestaltung kennt keine Übereinstimmungen. Bei einem Kurzzeichen gewichten zudem die grossen Unterschiede stärker. Insgesamt ist der Zeichenabstand genügend.</p>	<p>Es besteht keine Verwechslungsgefahr (Gutheissung der Beschwerde)</p>

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
<p>TAF du 11 août 2020 (B-2256/2019)</p> <p>«Carl Software (fig.)   TC Carl (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Vraisemblance de l'usage de la marque antérieure; cas dans lequel il n'existe pas de risque de confusion en dépit de la reprise de la marque antérieure dans celle attaquée</p>	<p>Afin de rendre vraisemblable l'usage de la marque antérieure, son titulaire a produit des factures, dont l'en-tête comporte ladite marque. Celle-ci renvoie certes à l'entreprise, mais aussi aux services concernés.</p> <p>Le fait que, durant la période déterminante, la marque a été utilisée seulement en Suisse latine n'empêche pas d'admettre un usage suffisant au sens du droit des marques. S'agissant d'un marché de niche (la gestion de maintenance assistée par ordinateur), quelques dizaines de factures pour un chiffre d'affaires annuel de plusieurs centaines de milliers d'euros suffisent à retenir un usage sérieux.</p> <p>Les deux marques sont faiblement similaires par la présence de l'élément «Carl».</p> <p>Les différences des polices de caractères utilisées pour les éléments verbaux, ainsi que les dissemblances de ceux figuratifs, en particulier le papillon et la tête humaine, suffisent à écarter le risque de confusion, ce d'autant plus que les consommateurs visés font preuve d'une attention légèrement accrue.</p>	<p>Absence de risque de confusion (Admission du recours)</p>