


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
<p>TAF du 16 mars 2020 (B-2578/2019)</p> <p>«Eurojackpot (fig.)»</p> 	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Compréhension immédiate par les milieux intéressés du sens du signe en relation avec les loteries et autres jeux d'argent et de hasard</p>	<p>En relation avec des loteries et autres jeux d'argent et de hasard, «Eurojackpot» est compris comme signifiant un gain en euros ou un gain obtenu à une loterie européenne. Il en va de même pour les services de la classe 41 en tant qu'ils sont relatifs à des loteries et des jeux d'argent et de hasard, mais aussi dans la mesure où ces services sont l'organisation et la réalisation de manifestations à caractère divertissant; en effet, les milieux intéressés comprennent sans autre la dénomination litigieuse comme indiquant le thème des manifestations, notamment des émissions radiophoniques ou télévisées, ainsi désignées.</p> <p>En revanche, l'organisation d'activités culturelles ne se limite pas aux loteries ou aux jeux d'argent et de hasard, mais inclut le théâtre, la musique, etc. Même si ces activités peuvent être soutenues par des loteries, cela ne suffit pas à rendre le signe descriptif de tels services.</p> <p>Le graphisme utilisé consiste en lettres majuscules ayant la forme de diodes et les couleurs revendiquées se limitent au gris et au blanc. Ces caractéristiques sont trop banales pour attirer l'attention des milieux intéressés, qui se porte sur l'élément verbal.</p>	<p>Signe ne pouvant être protégé pour des produits de l'imprimerie en rapport avec des loteries, des jeux de loterie et des services relatifs aux loteries et autres jeux d'argent et de hasard.</p> <p>Signe pouvant être protégé pour l'organisation et la réalisation de manifestations à caractère divertissant, de compétitions sportives et d'activités culturelles (Admission partielle du recours)</p>

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
BVGer vom 7. April 2020 (B-7206/2018) «DesignWorld (fig.)» DesignWorld.	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Die Begriffe «Design» und «World» gehören beide zum englischen Grundwortschatz. Die Wortkombination beschreibt den Verkaufsort für designte Möbel und Heimtextilien. Der Gesamteindruck des Zeichens wird durch das Wort als solches bestimmt. Die grafische Gestaltung erschöpft sich in einer Standardschrift, welche einfach und gut lesbar ist. Der nachgestellte Punkt ist gleich gestaltet wie der «i»-Punkt und fällt nicht auf.	Beschreibendes, schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 17. April 2020 (B-6307/2019) «primeGear»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Die konkret beanspruchte Dienstleistung (termische Oberflächenbearbeitung von Werkzeugen und Maschinenbauteilen, Klasse 40) wird von Fachkreisen nachgefragt. Diesen ist die Bedeutung von Gear («Zahnrad», «Getriebe», «Gang», «Ausrüstung») geläufig, und sie erkennen die Bedeutung «erstklassige Ausrüstung», «erstklassiges Zahnrad» etc. Bei Dienstleistungsmarken kann die erforderliche Unterscheidungskraft auch dann fehlen, wenn das Zeichen das Objekt beschreibt, an welchem die Dienstleistung erbracht wurde.	Beschreibendes, schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 21 avril 2020 (B-5286/2018) «Hybritec»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe compris comme descriptif des produits; inaptitude des pièces produites à établir que le signe s'est imposé en Suisse comme marque pour les produits concer- nés	Les milieux intéressés perçoivent que l'élément «Hybri-» est le mot «Hybrid» duquel on a ôté le «d» final; ils comprennent dès lors que le signe dans son ensemble désigne une technique combinant différents composants. Ce signe n'est ainsi a priori pas distinctif pour des produits des classes 7 et 11. Les pièces produites par la déposante ne suffisent pas à établir que le signe s'est imposé comme marque pour les produits concernés. En effet, il ne ressort pas globalement de ces pièces un usage du signe à titre de marque, un lien entre le signe et les produits, un usage en Suisse, ni un usage suffisamment intensif.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 23. April 2020 (B-4414/2019) «DO-TANK»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Ein «Do Tank» ist ein gestaltender Thinktank bzw. eine gestaltende Denkfabrik. Eine Google-Recherche belegt die Gebräuchlichkeit des Begriffs. Sowohl Fachkreise als auch das allgemeine Publikum dürften das Zeichen DO-TANK in diesem Sinne verstehen. Demselben fehlt daher für Produkte der Klassen 16, 35 und 41 die Unterscheidungskraft.	Beschreibendes, schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
TAF du 28 avril 2020 (B-1426/2018) «Sparks Sparkchief»	<i>Opposition:</i> Cession de la marque en cours de procédure; risque de confusion découlant de la reprise de la marque antérieure dans celle attaquée	Les articles 17 al. 1 et 21 al. 2 PCF (substitution de parties et litispendance) s'appliquent par analogie dans une procédure d'opposition. Par conséquent, le cessionnaire ne peut se substituer au cédant, si l'autre partie ne consent pas à cette substitution, et le cédant garde sa qualité de partie. Les services d'accompagnement et d'assistance de personnel dans des entreprises sont similaires aux services d'informations et conseils commerciaux au consommateur, etc. (cl. 35); il en va de même des services de formation et d'enseignement professionnels, etc. et des services d'orientation professionnelle (cl. 41). L'élément «Spark-» étant prédominant dans la marque attaquée et celle-ci reprenant la marque antérieure, il existe une forte similarité entre les deux marques. Cette similarité risque au moins d'amener les consommateurs intéressés à croire, à tort, que la marque attaquée appartient au titulaire de la marque antérieure.	Risque de confusion (Rejet du recours)