



Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren | Autres arrêts en matière d'enregistrement ou d'opposition à des enregistrements de marques

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 9 juillet 2020 (B-5685 2018) «Quick Mill (fig.)»</p> 	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe compris comme indiquant la destination et ou une qualité des produits</p>	<p>Les mots «Quick» (rapide) et «Mill» (moulin moulin) appartiennent au vocabulaire anglais de base, le mot «Mill» étant en outre proche du mot allemand «Mühle»; ils sont compris comme signifiant «moulin rapide moulin rapidement». Le signe est dès lors descriptif et ou laudatif pour des produits des classes 7 (moulins à café électriques, etc.), 11 (machines à café électriques) et 21 (moulins à café manuels).</p> <p>La question de savoir si le signe serait en outre déceptif en relation avec des appareils dépourvus de moulin intégré peut rester ouverte.</p> <p>L'élément figuratif fait penser à une forme courante d'étiquette. Quant aux deux éléments verbaux, leur graphisme est banal et ne permet pas de conférer à l'ensemble un caractère distinctif.</p> <p>En revanche, en lien avec des logiciels, le signe n'est pas descriptif, car il n'indique pas directement l'utilisation possible du produit; il importe peu que des machines à café et le moulin qu'elles peuvent incorporer puissent être pilotés par des logiciels.</p>	<p>Signe ne pouvant être protégé pour les produits revendiqués en classes 7, 11 et 21.</p> <p>Signe pouvant être protégé pour des logiciels (cl. 9) (Admission partielle du recours)</p>
<p>BVGer vom 30. September 2020 (B-1342 2018) APPLE und [Apfel] (fig.)</p>  <p>/ APPLE BOUTIQUE</p>	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit</p>	<p>Die Gleichartigkeit beurteilt sich anhand der Registerinträge. Die Vertriebsform (Antiquitäten-geschäft mit Vintage-Ambiente [in Anlehnung an die Beatles Apple-Boutique]) spielt keine Rolle. Zwischen Edelmetallen und Statuen etc. aus Edelmetallen besteht keine Gleichartigkeit. Ausschlaggebend ist nicht das verarbeitete Material, sondern die Erwartung der Abnehmer, resp. ob letztere die gleiche betriebliche Herkunft für möglich halten. Solche Verknüpfungen können bei Statuen, Schmuck, Schlüsselanhängern etc. im Verhältnis zum Rohstoff Edelmetall nicht angenommen werden.</p>	<p>Fehlende Gleichartigkeit (Abweisung der Beschwerde, soweit das Verfahren aufgrund der komplexen Vorgeschichte, welche weitestgehend zum Widerruf der angefochtenen Marke geführt hat, nicht gegenstandslos geworden ist.)</p>

Zusammengestellt von **EUGEN MARBACH**, Prof. Dr. iur.,
Fürsprecher, Bern.

Rédigé par **MICHEL MÜHLSTEIN**, Avocat, Genève.