

BGE 56 II 402

Bundesgericht (BGE), 1930-01-01, FR

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_56_II_402

FR: ATF 56 II 402

IT: DTF 56 II 402

Volltext

402 Markenschutz. No 69. (aus Vertrag oder Gesetzesvorschrift), wo sie durch Art. 51 OR implizite abgelehnt wird, ansonst ja für den gegen- seitigen Rückgriff kein Raum wäre. 6. - Die Haftung beider Beklagter ist zwar nicht soli- darisch, aber doch insofern von einander abhängig, als durch Zahlung von 5000 Fr. seitens des einen oder anderen Beklagten oder beider je zu einem Teile die Schuld des einen und des anderen erlischt. Dies ist auch im Urteils- dispositiv zum Ausdruck zu bringen, ansonst es den Schein erweckt, jeder Beklagte habe 5000 Fr. zu zahlen, und der Kläger erhalte von beiden zusammen also 10,000 Fr. Demnach erkennt das Bundesgericht : Die Berufungen werden abgewiesen und das Urteil des Obergerichtes des Kantons Zürich vom 28. Juni 1930 im Sinne der vorstehenden Erwägung 6 bestätigt. VII. MARKENSCHUTZ PROTECTION DES MARQUES DE FABRIQUE 69. Extr&it de l'&rrAt de 'II. Ire Section civile du 23 septembre 1930 dans la cause Societe des Etablissements Mousset et Ooron, Se A. contre Oh&mpagne Strub, M&thisB & Oie. Ne sont pas« d'une nature totalement differente» deux marchan- dises qui ont entre elles une parente suffisante pour que le public puisse raisonnablement admettre qu'elles proviennent du meme fabricant (art. 6 a1. 3 de la loi federale sur les marques de fabrique). A. - La Societe Ohampagne Strub, Mathiss & Oie. demanderesse et intimae, est inscrite au registre du com- Markenschutz. N° 69. 403 merce de BA.le-Ville. Elle a pour objet la fabrication. de vins mousseux au moyen de vins de champagne et le commerce de vins de champagne provenant de la Champagne. Elle a succede a plusieurs autres societes (entre autres la societe Blankenhorn & Oie) egalement inscrites au registre du commerce de Bale-Ville et ayant le meme objet. Soit la demanderesse, soit les societes auxquelles elle ~ ~u~c~e Qnt faiJ; insCJire au, Bureau . de la. propriete intellectuelle a Berne, les marques suivantes : a) le 16 avril 1910, n° 27385, « Strub Sporl8man Da Oapo », marque verbale pour vins naturels et mousseux (y compris les vins sans alcool), vins de fruit, biere, etc. b) le 16 mars 1917, n° 39681 (renouvellement du n° 8653), marque combinee qui figure une place publique au fond de la quelle s'elevent des maisons et, sur la place, une charrette anglaise a deux chevaux attelées en tandem et conduite par un gentleman derriere lequel un groom est assis, dos a dos. Au-dessous du dessin, on lit, a droite, les mots : « Blankenhorn & Oie Bä.le)} et, a gauche, un peu plus bas : « Sportsman'8demi-sec I). c) le 12 avril 1920, n° 46579 (renouvellement du n° 12002), « Sport I), marque verbale pour bouteilles de vins de champagne remplies a Bale. d) le 5 juin 1928, n° 67423, {(Sportsman », marque verbale pour vins, vins mousseux, vins sans alcool, etc. B. - De son cote, la Societe anonyme des Etablisse- ments Mousset et Ooron, ayant son siege a Oullins (France) et une succursale a Oarouge (canton de Geneve), a fait inscrire au Bureau federal de la propriete intellectuelle, a Berne, le 5 mai 1923, sous le n° 54082, une marque verbale « Le Sportij I), pour tous vins apertitifs, soit ape- ritifs a base de vin et de quinquina. O. - Mathiss & Oie ont ouvert action a la Societe des Etablissements Mousset et Ooron, en concluant a la radia- tion de la marque « Le Sportif »nO 54082. 404 Markenschutz. N° 69. D. - Par jugement du 13 mai 1930, la

Cour de Justice civile de Geneve a ordonne la radiation de cette marque., E. - Par acte depose en temps utile, la Sociew des Etablissements Mousset et Coron a recouru en reforme au Tribunal federal en reprenant ses conclusions libera- toires. Extrait des COnsiderants: . ;. "--: Le~ iliffe~nte~ ~a~q~e~ litigi~~e; ~o~v~n~ ~tr~ confondues entre elles, il reste a examiner si la recourante doit m~anmoins etre liberee parce que ses produits sont differents de ceux des demandeurs. A ce propos, il faut remarquer que le droit moderne ne restreint pas le mono- pole du titulaire d'une marque aux seules marchand~s auxquelles celle-ci est destinee. Au contraire, les 10IS etrangeres etendent cette protection a l'egard des marchandises du mime genre (loi allemande, §§ 4, 5.,9, 15: «gleichartige Waren»; cf.loi autrich., § 7; droit franyais: industries «similaires », POUILLET, Traiw des marques de fabrique, 6e edit., n° 964). Le 2Iegislateur suisse est alle . encore plus loin : parti du principe de la protection, il n'a fait d'exception qu'a l'egard des produits ou marchan- dises « d'une nature totalement d~/ferente de ceux auxquels la marque deposee se rapporte. (all. : « .•. die ihrer Natur . na.ch von den mit der schon hint.erlegten Marke versehenen ,gänzlich abweichen ») (art. 6 a1. 3 LMF). , a) Pour determiner si deux produits ou deux maichan- dises sont de nature totalement, differente, au sens de cette disposition, il ne faut pas cODsiderer leur substance meme, mais s'en tenir a leur fonction economique. Il ne faut pastenir compte des classifications scientifiques, ni des eawgories etablies par les specialistes, fabricants et grossistes, voire meme par les commeryants de detail. C'est au public que les produits sont destines; e'est son choix qui importe au producteur. Seule~ done seront determinantes Ba maniere de voir et d'apptecier, les dis- Markenschutz. No 69. 405 tinction qu'il fait, les classifications commerciales qu'il connait et emploie (cf. RÜ 33 II 451 ; 38 II 709; 47 II 236; JdT '1921 522-523; DUNANT, p. 148). Ces principes sont aussi suivis parLa pratique et la doctrine allemandes, lorsqu'il s'agit d'etablir si deux produits sont semblables (gleichartig); malgre l'existence d'une classification offi- cielle des marchandises, cette question est toujours resolue en Allemagne du point de vue du consommateur (cf. SELIGSOHN, Gesetz zum Schutz der Warenzeichen, 3e adit. (1925), p. 101; HAGENS, Warenzeichenrecht (1927), p.121). Se pla(}ant a ce point de vue, la recourante pretend que jamais le public moyen ne prendra un aperitif pour un champagne. Present6e sous cette forme, cette affirmation ne parait pas contestable: les consommateurs habituels de . boissons alcooliques ne courent guere le risque de confondre celles dont il s'agit ici, car elles sont tres diffe- rentes par leur gout, leur consistance, leur qualite et leur prix ; de plus, elles sont generalement servies a des mo- ments et dans des occasions differentes et dans des verres de formes distinctes. Mais - independamment du fait que toutes les marques des demandeurs ne sont pas exclu- sivement destinees ades vins de champagne, mais aussi en partie ades boissons tres diverses -la differenciation entre champagne et aperitif n'est pas encore suffisante pour permettre a la re courante d'exciper victorieusement de l'art. 6 a1. 3 LMF. b) L'application d'une meme marque a deux objets distincts peut en effet donner lieu ades confusions non pas entre les produits, mais entre les producJ;eurs. En pareil cas, le titulaire de la marque est expose a. un prejudice d'une nature un peu particuliere, mais neanmoins tres sensible. Ce prajudice ne consiste pas dans un detourne- ment de sa clientele, mais en ce que le public, trompe par l'identite des marques, attribuera a l'un des fabri- cants les produits de l'autre ; et si ceux-ci sont de mauvaise qualite6, c'est au titulaire de la premiere marque qu'il 406 l\arkenschutz. No 69. imputera leur defectuosite. Une reputation commerciale justement acquise pourra ainsi etre ebranlee et le discredit rejaillir sur les produits qui portent la marque imitee, • quand meme ceux-ci seraient differents des produits de l'imit&.teur (cf. FAUCHILLE, dans Annales de droit

comp., 1894 II p. 267 s.). Mais il est clair que la confusion entre les producteurs n'est a craindre que lorsque les deux marchandises, sans être pareilles, ont cependant entre elles une parente suffisante pour qu'il soit vraisemblable de supposer qu'elles ont été produites par le même fabricant. Tel n'était pas le cas dans la cause Yale & Towne Manufactory Cy. contre Jakob Laib & Cie, jugée par le Tribunal fédéral le 18 octobre 1927 (RO 53 II 355, JdT 1928 p. 72). Mais, dès le moment où une semblable parente existe entre deux marchandises, on ne peut plus dire que celles-ci soient de nature totalement différente (ihrer Natur nach gänzlich abweichend), au sens de l'art. 6 al. 3 de la loi. En d'autres termes, l'application de cette disposition est exclue dès que les deux industries sont assez voisines pour que le public puisse raisonnablement admettre qu'elles sont exercées par un seul et même producteur (cf. RO 33 II 451 : papier simple et papier sensible pour la photographie ; 34 II 376 : articles de métal, etc., et ustensiles de ménage, instruments agricoles, etc. ; 38 II 709: laine et coton; - ADLER, System des österreichischen Markenrechts (1909), p. 199-200; HAGENS, p. 121; FINGER, Das RG' z. Schutze d'Warenbezeichnungen, 3e edit. (1926), p. 159; PINZGER & Heinemann, Das d. Warenzeichenrecht, p. 99). c) Il faut donc examiner si une confusion du genre qui vient d'être indiquée est possible en l'espèce, en d'autres termes, s'il est à craindre que le public attribue à 181 demanderesse la fabrication de l'apéritif de la recourante. La réponse à cette question ne saurait être douteuse. Il suffit de relever qu'en fait, de nombreux apéritifs - et parmi les plus réputés - sont fabriqués par des maisons dont la Markenschutz. No 70. 407 principale production est celle de vins mousseux assurés, lables en tous points au champagne. Tel est notamment le cas de certains vermouths, dont les fabricants sont en même temps les producteurs des grands mousseux d'Italie. Si les demandeurs eux-mêmes ne fabriquent pas d'apéritif, il est constant que leurs marques n° 27 385 et 67 423 sont destinées à toute une variété de boissons alcooliques et non alcooliques. Il est donc parfaitement possible que les consommateurs s'imaginent que, parmi leurs nombreuses spécialités, Mathiss & Cie comptent des apéritifs à base de vin ou de quinquina, et il n'y aurait rien d'étonnant à ce qu'ils leur attribuent la fabrication du produit de la défenderesse. Le fait que 181 marque « Le Sportif » a coexisté depuis 1923 avec les marques des demandeurs ne permet nullement de dire qu'une confusion de ce genre soit peu probable. Ce laps de temps est en effet beaucoup trop bref pour qu'il soit possible d'en tirer une telle conclusion. Il en était tout autrement dans l'espèce, d'ailleurs très particulière, que le Tribunal fédéral a jugée le 28 juin 1921 (RO 47 II 237-238; JdT 1921,524). C'est donc à juste titre que la cour cantonale a rejeté l'exception tirée de l'art. 6 al. 3. 70. Urteil der I. Zivilabteilung vom 3. Dezember 1930 i. S. Kigros A.-G. und Produktions-Ä.-G. gegen Walz & Eschle. Markenschutz. Schutzunfähigkeit der Bezeichnung «S Ü S S f e t t» für ein Kochfett (Erw. 1), sowie der Idee der Anbringung eines Stäbchens zur Hervorhebung der Herkunft eines Produktes (Erw. 2). Die Schutzunfähigkeit eines oder mehrerer Elemente einer Marke schliesst die Schutzfähigkeit der letzteren als Ganzes nicht ohne weiteres aus (Erw. 2). Der Markenschutz wird nicht erst durch die Hinterlegung, sondern durch den befugten Gebrauch einer Marke geschaffen (Erw.3).

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.