

NOTIFICATION DE REFUS DE PROTECTION

notifié au Bureau International de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)
selon l'article 5 de l'Arrangement de Madrid

I Nom de l'Administration qui a prononcé le refus: SERBIE-ET-MONTENEGRO OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, Zmaj Jovina 21, 11000 Beograd	
II No de l'enregistrement international faisant l'objet du refus: 838 184 No de l'enregistrement national de base: 216 316.	
III Nom et adresse du titulaire de l'enregistrement international faisant l'objet du refus: Heinzel Holding GmbH Wagramer Strasse 28-30 A-1223 Wien (AT).	
IV Nature du refus:	<input checked="" type="checkbox"/> Refus provisoire <input type="checkbox"/> Refus définitif
V Motifs de refus <p style="text-align: center;">Le mot NOVO désigne uniquement la qualité des produits.</p>	
I Articles de la loi nationale applicables en la matière (voir extrait de la loi au verso): 5, al. 1, No 4	
VII	<input checked="" type="checkbox"/> Refus pour la totalité des produits et/ou services <input type="checkbox"/> Refus pour les produits et/ou services suivants :
VIII Recours possible contre de la décision de refus a) délai de recours: <input checked="" type="checkbox"/> 6 mois dès la prononciation du présent refus <input type="checkbox"/> 30 jours dès la réception du présent refus b) autorité à laquelle le recours doit être adressé: <input checked="" type="checkbox"/> cet Office <input type="checkbox"/> Cour de Serbie-et-Monténégro Assistance d'un mandataire local est obligatoire:	
IX Numéro et date à laquelle le refus a été prononcé 21828 – le 7 décembre 2005	

LOI SUR LES MARQUES

(le 1er janvier 2005)

Article 1

L'acquisition et la protection du droit sur le signe dans la circulation des produits et des services sont régularisées par cette loi.

La marque est le droit par lequel on protège le signe qui est susceptible de faire distinguer des produits ou services d'une personne morale ou physique par rapport à d'autres produits ou services identiques ou similaires de l'autre personne physique ou morale.

Article 4

Le signe qui est susceptible de faire distinguer des produits ou des services dans leur circulation peut être protégé par marque. Il peut être présenté graphiquement. Le signe peut contenir les mots, les lettres, les chiffres, les dessins, les images, la combinaison de couleurs, les formes de trois dimensions, la combinaison de ces signes et les phrases de musique pouvant être présentées graphiquement.

Article 5

Ne peut être protégé comme marque le signe:

- 1) qui est contraire à la morale ou à l'ordre public;
- 2) qui n'est pas susceptible, par son apparence, de distinguer des produits ou des services dans leur circulation ;
- 3) qui présente uniquement la forme déterminée par la nature des produits ou la forme des produits nécessaire pour obtenir un résultat technique;
- 4) qui désigne uniquement l'espèce des produits ou des services, leur destination, le temps ou le mode de leur production, leur qualité, leur prix, leur quantité, leur poids et l'origine géographique;
- 5) qui est usuel pour désigner une espèce déterminée des produits ou des services;
- 6) qui est susceptible, par son apparence ou par son contenu, de créer la confusion dans la circulation des produits et des services en ce qui concerne l'origine, l'espèce, la qualité ou autres caractéristiques des produits ou des services;
- 7) qui contient des signes ou des poinçons officiels de contrôle ou de garantie de qualité ou qui les imite;
- 8) qui est identique au signe antérieurement protégé d'une autre personne pour les produits ou services identiques ou similaires;
- 9) qui ressemble au signe antérieurement protégé d'une autre personne pour les produits ou services identiques ou similaires, si cette ressemblance peut créer la confusion dans la circulation des produits et des services, ou induire en erreur les consommateurs dans la circulation;
- 10) qui est identique ou similaire, pour les produits ou services identiques ou similaires, à un signe notoire en Serbie-et-Monténégro, conformément à l'article 6bis de la Convention de Paris sur la protection de la propriété industrielle ;
- 11) qui représente, sans prenant en considération les

produits et services auxquels il se rapporte, la reproduction, l'imitation, la traduction ou la translittération d'un signe protégé ou de sa partie importante, qui est, entre les participants dans la circulation en Serbie-et-Monténégro, notoire en tant que signe d'une haute réputation (dans le texte suivant : la marque notoire), que l'autre personne utilise pour désigner ses produits et services. Par utilisation d'un tel signe, le bénéficiaire serait tiré, d'une manière déloyale, de la réputation acquise de la marque notoire, ou son caractère distinctif ou sa réputation subiraient un dommage ;

12) qui, par son apparence ou par son contenu, viole le droit d'auteur ou les droits de la propriété industrielle;

13) qui contient des armoiries d'Etat ou d'autres armoiries publiques, le drapeau ou l'emblème, le nom ou l'abrégié d'un pays ou d'une organisation internationale, ainsi que leur imitation, sauf sur l'autorisation de l'organe compétent du pays ou de l'organisation en question;

14) qui présente ou imite le symbol national ou religieux.

Le signe de l'alinéa 1., numéros 2., 4. et 5. de cet article peut être protégé en tant que marque si le déposant de la demande prouve que ce signe est devenu susceptible de distinguer des produits et services par son utilisation sérieuse.

Le signe protégé de l'alinéa 1., numéros 8. et 9. de cet article est considéré en tant que signe faisant l'objet de la demande de la marque, sous condition que la marque faisant l'objet de cette demande soit protégée.

Pour vérifier si le signe de l'alinéa 1. numéro 11. de cet article est notoire en tant que signe d'une haute réputation, on prend en considération si une partie importante du public connaît ce signe, la promotion du signe où elle peut le connaître, ci-incluse. La partie importante du public représente tous les consommateurs réels et potentiels des produits et services protégés par ce signe, ainsi que des personnes incluses dans les courants distributifs de ces produits ou services.

L'effigie ou le nom d'une personne ne peuvent être protégés qu'avec le consentement de cette personne.

L'effigie ou le nom d'une personne décédée ne peuvent être protégés qu'avec le consentement du conjoint, des parents ou des enfants du décédé.

L'effigie ou le nom d'une personnalité historique ou d'une autre personnalité célèbre décédée peuvent être protégés avec l'autorisation de l'organe compétent ou de ses parents jusqu'au troisième degré de parenté.

Article 15

Le déposant de la marque collective est tenu de joindre l'acte général sur la marque collective tandis que le déposant de la marque de garantie est tenu de joindre l'acte général sur la marque de garantie.

Annexes (marquées ci-dessous d'une croix)

- *1 reproduction de marque(s) nationale(s) opposée(s) comportant un élément figuratif ou un graphisme spécial*
- *Liste indiquant, pour chaque marque nationale opposée, son no d'enregistrement et les produits et/ou services auxquels elle s'applique*
- *Liste des mandataires agréés*

Signature ou sceau officiel de l'Office qui a prononcé le refus:

Marija Petrović, Conseillère
Section des marques internationales

