

envoyée au Bureau international de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)
selon la règle 17(1) du règlement d'exécution à l'Arrangement et du Protocole de Madrid

Refus fondé sur opposition

I. Office qui prononce le refus:

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

DIRECÇÃO DE MARCAS E PATENTES

Campo das Cebolas

1149-035 – LISBOA

PORTUGAL

Fax.: 21 886 98 59

Tel.: 21 881 81 00

E-mail: atm@inpi.pt

II. Enregistrement international faisant l'objet du refus: 823874 ZENRA

III. Nom et adresse du titulaire de l'enregistrement international faisant l'objet du refus:

ZENTIVA, A.S., U KABELOVNY 130 CZ-102 37 PRAHA 10 - DOLNÍ MECHOLUPY, REP. CHECA

IV. Motifs du refus: Confusion et possibilité de concurrence déloyale avec la marque nationale n°268802, «ZERA», du 06.01.1993 (déposée le 12.11.1990), appartenant à Tecnimed - Sociedade Técnico-Medicinal, S.A, Urbanização Quinta Nova, Rua B, Lt 131 A, 2685 SACAVÉM (PT) et protégée pour « produtos farmacêuticos ; medicamentos para homens e animais ; produtos higiénicos e desinfetantes » (classe 5)

V. Législation nationale applicable: Article 239/m), 24/1/d), 244° et 237/4 du CPI.

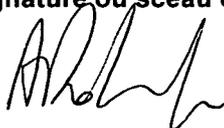
VI. Refus pour les produits et/ou services suivants: Tous les produits des classes 3 et 5.

VII. Décision susceptible de recours:

- a) **délaï de recours:** Deux mois après la publication du B. Officiel n.º 2006/5, publié le 2006.05.31
- b) **autorité à laquelle le recours doit être adressé:** Tribunal de Comércio de Lisboa
- c) **assistance obligatoire d'un mandataire local**

VIII. Date de la décision: 2006.04.06

Date et signature ou sceau officiel de l'Office: 2006.04.12





Code de la Propriété Industrielle DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

(Décret-loi n.° 36/2003 du 5 Mars)

Art° 222.° - Constitution de la marque

- 1 – La marque peut être constituée d'un signe ou d'une combinaison de signes susceptibles de représentation graphique, notamment, des mots, noms de personnes, dessins, lettres, chiffres, sons, la forme du produit ou de son conditionnement, à condition que ces signes soient susceptibles de distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises.
- 2 – La marque peut également être constituée par des phrases publicitaires pour les produits ou services auxquelles elles se rapportent indépendamment du droit d'auteur, dès qu'elles soient pourvues de caractère distinctif.

Art° 24° - Motifs de rejet

- 1 – Une demande (...) d'enregistrement est rejetée pour les raisons suivantes:
(...)
d) la reconnaissance que le déposant a l'intention d'exercer une concurrence déloyale ou que cela est possible indépendamment de son intention.

Art° 223.° - Exceptions

(Ne peuvent constituer une marque)

- 1 a) Les marques dépourvues de caractère distinctif ;
- b) Les signes exclusivement constitués par la forme découlant de la nature même du produit, par la forme nécessaire à l'obtention d'un résultat technique ou par la forme qui confère une valeur substantielle au produit ;
- c) les signes exclusivement constitués par des indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou les moyens ou l'époque de production du produit ou de la prestation du service ou d'autres caractéristiques de ceux-ci ;
- d) les signes ou indications devenus usuels dans le langage courant ou dans les habitudes loyales et constantes du commerce ;
- e) les couleurs, sauf si combinées ou accompagnées, de graphiques, mots ou autres éléments, le tout ayant un caractère distinctif.

Art° 238° - Motifs du refus d'enregistrement

1 Sont refusées à l'enregistrement les marques :

- a) Constituées par des signes qui ne sont pas susceptibles de représentation graphique ;
- b) Constituées par des signes dépourvus de caractère distinctif ;
- c) Constituées exclusivement par des signes ou des indications visées dans les alinéas b) à e) du n.° 1 de l'article 223°.

Art° 239° - Autres motifs de refus

- 1- L'enregistrement sera refusé si la marque est contraire aux dispositions des articles 222.° (.....) ou si elle contient dans tous ou certains de ses éléments:
 - a) des drapeaux, armoiries, écussons et d'autres emblèmes de l'État, d'une commune ou d'une autorité publique, nationale ou étrangère, sauf autorisation, prévus ou non dans le cadre de l'article 6ter de la Convention de L'Union de Paris (...);
 - b) des signes officiels de contrôle et de garantie pour des marques destinées aux mêmes produits ou services ou à des produits ou services similaires, à ceux ou ils doivent être appliqués, sauf autorisation ;
 - c) des blasons ou des insignes héraldiques, des médailles, décorations, noms, titres et distinctions honorifiques auxquels le déposant n'a pas le droit ou l'ayant s'il n'en advient une atteinte à son prestige et réputation ;
 - d) l'emblème ou le nom de la Croix Rouge, ou d'autres organismes auxquels le Gouvernement a accordé le droit exclusif d'usage, sauf autorisation spéciale ;
 - e) des médailles de fantaisie ou des dessins susceptibles de confusion avec des décorations officielles ou avec des médailles ou des récompenses attribuées à l'occasion de concours ou d'expositions officielles ;
 - f) la firme, la raison sociale, le logotype, le nom ou l'enseigne d'un établissement ou d'une partie caractéristique de ceux-ci n'appartenant pas au déposant ou que celui-ci n'est pas autorisé à utiliser, qui soient susceptible d'induire en erreur ou confusion le consommateur ;
 - g) des noms patronymiques ou des portraits, exception faite des cas dûment autorisés par les intéressés ou, après leur décès, de leurs héritiers ou parents jusqu'au quatrième degré, sauf s'il en advient une atteinte à son prestige et réputation ;
 - h) des signes qui constituent une infraction à un droit d'auteur ou à un droit de propriété industrielle (exception faite des cas dûment autorisés);
 - i) des signes d'une grande valeur symbolique, particulièrement, des signes religieux, sauf autorisation ;
 - j) des expressions ou figures contraires à l'ordre public, à la morale, ou bons coutumes et à législation nationale et communautaire;
 - l) des signes susceptibles d'induire en erreur le public, particulièrement, sur la nature, la qualité, l'utilité ou la provenance géographique du produit ou service;
 - m) la reproduction ou l'imitation totale ou partielle d'une marque antérieure enregistré par autrui pour les mêmes produits ou services ou pour des produits ou services similaires, susceptibles d'induire en erreur ou confusion le consommateur ou portant un risque d'association à une marque antérieurement enregistrée.