

**MADRID AGREEMENT CONCERNING THE INTERNATIONAL REGISTRATION
OF MARKS AND PROTOCOL RELATING TO THAT AGREEMENT**

STATEMENT OF GRANT OF PROTECTION

Sent to the International Bureau of the World Intellectual Property Organization (WIPO) in accordance with
Rule 17(6) of the Common Regulations under the Madrid Agreement and Protocol

I.	Office sending the statement: Hungarian Patent Office 1370 Budapest, Pf.552 Fax. : (361) 3329 -930
II.	Number of the international registration: 876 426 Extention of the mark to Hungary: 2006.07.01
III.	Name of the holder of the international registration: Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
IV.	☒ The <i>ex officio</i> examination in respect of this international registration has been completed and no grounds for refusal have been found; however the protection of the mark can be still subject to opposition or observations from third parties; the opposition period will start on 2007.05.01 and will expire on 2007.08.01 (Rule 17(6)(ii)) The Office notes that an ex officio search for significant prior rights was carried out according to Article 60 of the Act XI of 1997. The enclosed search report is notified to the holder of the mark. ☐ The opposition period in respect of this international registration has expired without any opposition being filed; protection is accordingly granted to the mark that is the subject of the international registration (Rule 17(6)(iii))
V.	Date of the statement: 2007.03.26 dr. Györke-Sipos Mónika
VI.	Signature or official seal of the Office sending the statement:  dr. Endre Millisits head of the international trademark section

OLDAL: 0

International Trademark Search Report
Hungarian Patent Office

HU

A International trademark application
B Citation(s)

111 Registration number
210 Application number
220 Filing date
320 Priority date
541 Reproduction of the mark where it is represented in standard characters
511 Nice classes
750 N – national trademark, INT – international trademark (Madrid Agreement or Protocol)
CTM –Community trademark, (including trademark applications)

Search performed by: Sipos Mónika

A

This mark has no picture.			
541	BISTRO		
Pending, valid			
210	220	320	750
A876426	2006. 07. 01.		Int. Mark
511			
29-30			

B

111/210	220	320	511	750	550	541
749071	2000-10-04	2000-04-06	29-31	Int. Mark		BISTROFF
111/210	220	320	511	750	550	541
000161703	1996-04-01	.*-	29-30	CTM Mark	Fig.	BISTRO MENU
111/210	220	320	511	750	550	541
001791565	2000-07-07	.*-	3,16,28 -30,32- 34,42	CTM Mark	Fig.	BISTRO RIA
111/210	220	320	511	750	550	541
002403806	2001-10-08	.*-	29- 30,32	CTM Mark		BISTO
111/210	220	320	511	750	550	541
002661767	2002-04-15	.*-	29-30	CTM Mark		BISTRO GOURMET

Art. 1^{er} — 1) Tout signe susceptible d'une représentation graphique peut être protégé en tant que marque à condition qu'il soit propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises

2) Les signes ci-après peuvent être protégés en tant que marques : notamment

a) les mots, les combinaisons de mots, y compris les noms de personnes et les slogans,

b) les lettres, les chiffres,

c) les figures, les images;

d) les formes à deux ou trois dimensions, notamment la forme des produits ou de leur emballage;

e) les couleurs, les combinaisons de couleurs, les signaux lumineux, les hologrammes;

f) les signaux sonores, et

Art. 2 — 1) Un signe ne peut pas être protégé en tant que marque s'il n'est pas conforme aux exigences déterminées dans l'article 1.

2) Un signe est exclu de la protection à titre de marque s'il

a) est dépourvu de caractère distinctif, en particulier s'il est composé exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, l'origine géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci, ou de signes ou d'indications devenus usuels dans le langage courant ou dans les pratiques commerciales,

b) est constitué exclusivement par la forme imposée par la nature même du produit ou par la forme du produit nécessaire à l'obtention d'un résultat technique ou par la forme qui donne une valeur substantielle au produit.

3) Un signe n'est pas exclu de la protection à titre de marque conformément à l'alinéa 2) a) si, avant ou après la date de priorité, il a acquis un caractère distinctif

Art. 3 — 1) Un signe n'est pas protégé en tant que marque

a) s'il est contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs,

b) s'il risque de tromper les consommateurs sur la nature, la qualité, l'origine géographique ou d'autres caractéristiques des produits ou des services visés; c) son enregistrement a été demandé de mauvaise foi

2) Un signe est exclu de la protection à titre de marque

a) s'il consiste exclusivement en des emblèmes d'État ou autres emblèmes d'une autorité ou d'une organisation internationale tels qu'ils sont définis dans la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle;

b) s'il s'apparente à des médailles, à des badges ou à des armoiries qui ne sont pas visés par le sous-alinéa a) précédent, ou à des signes et poinçons officiels de contrôle et de garantie qui sont d'intérêt général,

c) s'il consiste en des symboles ayant un lien étroit avec des croyances religieuses ou autres

3) La protection à titre de marque peut être conférée avec la permission des autorités compétentes à des signes dont les emblèmes définis à l'alinéa 2) a) et b) ne forment qu'un élément

4) Un signe n'est pas protégé en tant que marque s'il comporte ou est composé d'indication géographique enregistrée selon cette loi ou selon les règles juridiques de la Communauté européenne. Cette disposition doit être appliquée pour des produits dont l'origine diffère de l'aire de production de l'indication géographique, ou pour d'autres raisons l'indication géographique enregistrée selon cette loi ou selon les règles juridiques de la Communauté européenne ne peut pas être utilisée

Art. 4 — 1) Un signe ne peut pas être protégé en tant que marque : a) s'il est identique à une marque antérieure enregistrée pour des produits ou services identiques; b) lorsqu'en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et du fait de l'identité ou de la similitude des produits ou des services visés, il risque de créer une confusion dans l'esprit des consommateurs;

c) lorsque les produits ou services visés ne sont pas similaires, s'il est identique ou similaire à une marque antérieure jouissant d'une renommée sur la territoire de la Communauté européenne et que l'usage sans juste motif de ce signe permettrait de tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'il leur porterait préjudice

2) On entend par «marque antérieure» une marque dont la demande d'enregistrement porte une date de priorité antérieure ou -selon l'application de l'alinéa 1 a) et b) - un signe qui est devenu notoire à une date antérieure en Hongrie en vertu de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, même si ce signe n'a pas été enregistré.

3) Un signe ne peut pas être exclu de la protection à titre de marque si la marque antérieure avec laquelle il est en conflit n'a pas été utilisée par son propriétaire conformément aux dispositions de l'article 18.

4) Selon la présente loi le risque de confusion par les consommateurs comprend le risque d'association avec la marque antérieure.

Art. 5 — 1) Un signe n'est pas protégé en tant que marque

a) s'il peut porter atteinte à des droits antérieurs attachés à la personne d'un tiers, en particulier au droit au nom ou à l'image;

b) s'il peut être en conflit avec un droit d'auteur ou un titre de propriété industrielle antérieur appartenant à un tiers, y compris avec le nom d'une variété végétale

2) N'est pas protégé en tant que marque

a) s'il a été effectivement utilisé en Hongrie sans avoir été enregistré et que son usage sans le consentement de l'utilisateur antérieur serait contraire à la loi; b) lorsque les produits ou services visés sont identiques ou similaires, le signe est identique ou similaire à une marque antérieure dont la protection a expiré depuis moins de deux ans, sauf si ladite marque n'a pas été utilisée; 3) Pour déterminer si un droit, un usage ou une date d'expiration est réputé antérieur au sens des alinéas 1) et 2), la date de priorité de la demande d'enregistrement est prise en considération.

Art. 6. Un signe est exclu de la protection à titre de marque si le mandataire ou l'agent du propriétaire du signe demande l'enregistrement de celui-ci en son propre nom, sans l'autorisation dudit propriétaire à moins que ce mandataire ou cet agent ne justifie de ses agissements.

Art. 7. — 1) Un signe ne peut pas être exclu de la protection à titre de marque en vertu des articles 4 et 5 si le propriétaire du titre antérieur consent à l'enregistrement dudit signe. 2) Une déclaration de consentement n'est valable que si elle est rédigée sous la forme d'un acte authentique ou d'un acte sous seing privé suffisamment probant. 3) Toute déclaration de consentement est contestable conformément aux dispositions du code civil relatives aux actions intentées pour inexécution de contrat en raison d'une erreur, d'une fraude ou d'une menace; la déclaration ne peut être ni retirée ni remplacée par une décision de justice.

Art. 8. — 1) Un signe est enregistré en tant que marque : a) s'il satisfait aux prescriptions de l'article 1 et n'est pas exclu de la protection en vertu des articles 2 à 7; et

b) si la demande correspondante satisfait aux conditions énoncées dans la présente loi