

Loi autrichienne concernant les marques
(Bundesgesetzblatt No. 260/1970, I. No. 81/2007)

- §1 Peuvent constituer des marques tous les signes susceptibles d'une représentation graphique, notamment les mots, y compris les noms de personnes, les dessins, les lettres, les chiffres, la forme du produit ou de son conditionnement, à condition que de tels signes soient propres à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises.
- §4 (1) Sont refusés à l'enregistrement les signes :
- 1° qui sont composés exclusivement :
 - a) d'armoiries, de drapeaux ou d'autres emblèmes d'Etat ou d'armoiries des entités territoriales autrichiennes ;
 - b) de signes de contrôle ou de garantie en vigueur dans l'Autriche ou, conformément à un avis à publier dans le Bundesgesetzblatt, dans un Etat étranger, pour les mêmes produits ou services auxquels la marque est destinée, ou pour des produits ou services similaires ;
 - c) de signes d'organisations internationales dont est membre un pays de l'Union de Paris pour la protection de la propriété industrielle, pour autant que ces signes aient été publiés dans le Bundesgesetzblatt. Pour la publication, le § 6 alinéa 2, dernière phrase est à respecter.
 - 2° qui ne peuvent pas constituer une marque selon §1 ;
 - 3° qui sont dépourvues de caractère distinctif ;
 - 4° qui sont composés exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci ;
 - 5° qui sont composés exclusivement de signes ou d'indications devenues usuels dans le langage courant ou dans les habitudes loyales et constantes du commerce pour désigner le produit ou service ;
 - 6° qui sont constituées exclusivement par la forme imposée par la nature même du produit, par la forme du produit nécessaire à l'obtention d'un résultat technique, par la forme qui donne une valeur substantielle au produit ;
 - 7° qui sont contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ;
 - 8° qui sont de nature à tromper le public, par exemple sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service ;
 - 9° qui contiennent une indication géographique ou sont composés de celle-ci, désignant des vins ou étant destinée à désigner des vins n'ayant pas cette origine, ou désignant des spiritueux ou étant destinée à désigner des spiritueux n'ayant pas cette origine.
- (2) L'enregistrement sera toutefois admis, dans le cas prévu par l'alinéa 1 chiffres 3, 4 et 5, si le signe dans les cercles commerciaux intéressés avant la date de la demande d'enregistrement et après l'usage qui en a été fait a acquis un caractère distinctif.
- §16 (2) La marque doit faire l'objet d'une demande écrite en vue de l'enregistrement auprès de l'Office des brevets. Si elle ne se compose pas uniquement de chiffres, de lettres ou de mots sans représentation figurative et sans revendication relative à un graphisme particulier, il est obligatoire de présenter une reproduction de la marque, pour une marque sonore en plus d'une reproduction de la marque sous forme de notes ou de sonagramme de présenter une reproduction sonore de la marque sur un support de données. Le nombre des reproductions de la marque à présenter, leur qualité et leurs dimensions ainsi que les supports de données et les détails de la reproduction sonore tels que le format, la fréquence d'échantillonnage, le degré de finesse et la durée de sonorité à utiliser pour la reproduction sonore seront fixés par voie d'ordonnance.
- §62 (1) Les associations ayant la personnalité juridique peuvent déposer des marques servant à désigner les produits ou services de leurs membres et à distinguer ces produits et services de ceux d'autres entreprises (marque collective).
- (2) Les personnes juridiques de droit public sont assimilées aux associations visées par l'alinéa 1.
- (4) Par dérogation à l'alinéa 1 et du § 4 alinéa 1 chiffre 4, les marques collectives peuvent se composer exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir dans le commerce à désigner l'origine géographique des produits et services. Une telle marque n'autorise pas son titulaire ou un membre de l'association habilitée d'après les statuts à présenter éventuellement seul une plainte, à interdire à un tiers l'utilisation de ce signe ou de ces indications dans le commerce, pour autant que cette utilisation corresponde aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale ; une telle marque ne peut pas notamment servir d'objection contre une tierce personne, habilitée à utiliser une désignation géographique.
- §63 (1) Des statuts doivent être annexés au dépôt de la marque collective. Ces statuts doivent renseigner sur le nom, le siège, le but et la représentation de l'association, sur le cercle des ayants droit à l'utilisation de la marque collective, sur les conditions de cette utilisation, sur le retrait du droit d'utilisation en cas d'emploi abusif de la marque collective, et sur les droits et devoirs des intéressés en cas de violation de la marque collective. Pour les marques collectives relevant du § 62 alinéa 4, les statuts doivent en plus prévoir que toute personne dont les produits ou services proviennent de la région géographique en question et correspondent aux conditions énoncées dans les statuts de la marque et requises pour l'utilisation de la marque collective, peut devenir membre de l'association. Les modifications ultérieures de ces statuts sont à communiquer à l'Office de brevets. Elles ne sont opposables à des tiers que le jour suivant cette communication. Les statuts et leurs modifications sont à présenter en deux exemplaires. Chacun a le droit de prendre connaissance des statuts.