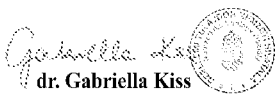


ARRANGEMENT ET PROTOCOLE DE MADRID

ACHÈVEMENT DE L'EXAMEN D'OFFICE

- SITUATION PROVISoire DE LA MARQUE -

Règle 18bis.1)a) et b)

I.	Office qui envoie la déclaration : Office hongrois de la propriété intellectuelle 1438 Budapest, Pf.415 Fax. : (361) 474 - 5534
II.	Numéro de l'enregistrement international : 128 1232 Date de l'extension de la marque à la Hongrie : 2015.11.24
III.	Nom du titulaire (ou autre indication permettant de confirmer identité de enregistrement international) : SWATCH AG (SWATCH SA)(SWATCH LTD.)
IV.	L'Office prend note qu'une recherche d'antériorité a été effectuée d'office selon l'art. 60 de la loi no XI/1997 sur la protection des marques et des indications géographiques, mais aucune antériorité n' a été soulevée. ☒ et les antériorités suivants ont été trouvées, indiqué dans la rapport de recherche à être notifiée au titulaire ci-joint L'Office confirme que l'examen d'office est achevé et aucune notification de refus n'a pas été communiquée par l'Office [règle 18bis.1).a)]. ☒ une notification de refus a été communiquée par l'Office [règle18bis.1)b)].
V.	La protection de la marque peut encore faire l' objet d' une opposition ou des observations de la part de tiers. L'Office déclare que le délai d' opposition débutera le 2016.04.14 et prendra fin le 2016.07.14 [(règle18bis.1)b)] L' Office déclare que observations peuvent être faites jusqu' à 2016.07.14
VI.	Signature ou sceau officiel de l'Office qui émet la notification :  dr. Gabriella Kiss



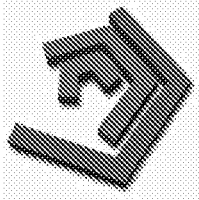
chef de section des marques internationales

Examineur: Szabó Katalin

VII. Numéro de la décision: A1281232/3

Date: 2016.04.05





Rapport de recherche d' une marque internationale
L'Office hongrois de la propriété intellectuelle

HU

(210)	Numéro de demande			
(111)	Numéro de l' enregistrement			
(220)	Date de la demande			
(320)	Priorité		HU	Enregistrement national hongrois
(151)	Date de l' enregistrement		WO	Marque internationale
(511)	Classes de Nice		EM	Marque Communautaire
(540)	Marque		IR	Marque internationale désignant la Communauté Européenne
(550)	Type de marque: V - Verbale, F - Figurative, C - Combinée			
(731)	Nom et adresse du titulaire			

Marque en recherche

540	ONE MORE THING			
210	A1281232	220	2015-11-24	
320		550	V	
511	9,14			

Quantité des résultats: 2

540	ONE MORE TIME				EM	
210	008953416	220	2010-03-15	320	550	V
111	008953416	151	2010-08-25	511	9,	
731	Gibson Brands, Inc., Nashville (US) 309 Plus Park Boulevard					

540	One more				EM	
210	011872983	220	2013-06-05	320	550	F
111	011872983	151	2013-07-09	511	14,	
731	Beheyt, BVBA, 8500 Kortrijk (BE) Bloemistenstraat, 6					

Loi no XI de 1997 sur la protection des marques et des indications géographiques (extrait)

Art. 1er. - 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
- g) les combinaisons des signes mentionnés aux points a) à f).

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 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 le 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. "Marque antérieure" signifie aussi – dépendant de l'enregistrement du signe – un enregistrement antérieur de marque.

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.