



Sommaire: Jurisprudence – Sélection des arrêts –de la Cour de Cassation (disponibles à <http://www.dgsi.pt/jstj>)

1. Arrêt du 12-07-2005 Procédure 05B2012 (Hypothèque)

1. L'article 691^o, alinéa c) du Code Civil peut être interprété dans le sens excédentaire, dans le sens de d'être applicable à la construction urbaine dans laquelle la surface hypothéquée contient l'édifice construit, laquelle, si d'une part constitue une unité juridique, économique et juridique autonome et différente de l'unité hypothéquée, elle n'est pas fractionnée, de façon à permettre que sur chaque appartement se projette la valeur proportionnelle correspondante au crédit hypothécaire.

2. Dans ce cas, il importe le fait que les parties – créancier et débiteur - aient dirigé l'affaire de l'hypothèque à une réalité physique, qui était l'unité foncière indiquée au numéro précédent, qui existait déjà lors de la constitution de l'hypothèque, même si, formellement, dans les registres correspondants une réalité différente apparaissait, reportée à un terrain et une maison vieille, sans mention de la surface qui lui était contigüe et que la construction urbaine a aussi été couverte.

2. Arrêt du 12-07-2005 Procédure 05B2005 (Marque)

1. C'est par moyen de la vision de l' « ensemble » qu'il faut analyser si le consommateur moyen confond les différents produits.

2. Le " consommateur moyen" à considérer devra être flexible, de façon à ce que différents sous-types soient couverts, comme le consommateur professionnel et spécialisé ou plus attentif, pour ce qui concerne les produits de prix plus élevé, ou le moins diligent, au cas où les produits de bas prix ou de grande consommation.

3. Lors de l'analyse du caractère de confusion des marques, l'élément dominant devra être privilégié et non pas les éléments de caractère générique, comme la couleur et la forme du paquet des produits qui, pour cette raison, ne sont pas susceptibles de créer confusion.

4. Vu que les éléments nominatifs "Pérola" et "Renova", ne sont pas susceptibles de confusion et ils constituent l'élément dominant, le rectangle de couleur bleue sur lequel sont inscrits ces éléments ne devront pas être considérés comme éléments génériques puisqu'il ya encore une vague sur la partie inférieure du rectangle est aussi apposée dans la marque "Renova" et le nom du produit pour vente, en petites lettres, sur le mot "Pérola".

© Macedo Vitorino e Associados – septembre 2005

Cette information est à caractère générique et ne doit pas être tenue comme conseil professionnel. Au cas où vous nécessitez de conseil juridique sur ces matières, «vous devez contacter un avocat. Si vous être client de Macedo Vitorino e Associados, vous pouvez nous contacter à mva@macedovitorino.com ou par moyen de votre contact habituel.