



Republica Moldova

PARLAMENTUL

LEGE Nr. 20
din 23.02.2012

pentru modificarea și completarea Legii nr. 38-XVI
din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor

Publicat : 20.04.2012 în Monitorul Oficial Nr. 76-80 art Nr : 247

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Articol unic. – Legea nr. 38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2008, nr. 99–101, art. 362) se modifică și se completează după cum urmează:

1. Articolul 32 se abrogă.
2. După secțiunea 1 din capitolul III se introduce secțiunea 1¹ avînd următorul cuprins:

„Secțiunea 1¹

Constatarea notorietății mărcii

Articolul 32¹. Protecția mărcii notorii

(1) Marca poate fi recunoscută ca fiind notorie în urma unei cereri de constatare a notorietății, depusă la Curtea de Apel Chișinău, sau a unei cereri reconvenționale într-o acțiune de apărare a drepturilor, depusă la aceeași instanță.

(2) Mărcii notorii i se acordă protecție juridică în conformitate cu prezenta lege.

(3) Durata de protecție a mărcii notorii este nelimitată.

Articolul 32². Depunerea cererii de constatare
a notorietății mărcii

(1) În cazul apariției unui conflict referitor la o marcă larg cunoscută în Republica Moldova în cadrul unui segment de public vizat, persoana interesată care utilizează cu bună-credință în activitatea sa comercială această marcă poate depune o cerere de constatare a notorietății mărcii la Curtea de Apel Chișinău, în conformitate cu prevederile art. 166 din Codul de procedură civilă.

(2) Cererea trebuie să se refere la o singură marcă. O singură marcă se consideră semnul utilizat întocmai într-un ansamblu concret de elemente.

(3) În sensul alin. (1), prin *segment de public vizat* se înțeleg:

- a) consumatorii actuali și/sau consumatorii potențiali ai produselor și/sau ai serviciilor pentru care se folosește marca;
- b) specialiștii în ramura respectivă;

c) persoanele implicate în rețelele de distribuție a produselor și/sau a serviciilor pentru care se folosește marca;

d) rețeaua de afaceri al căror obiect îl constituie produsele și/sau serviciile pentru care se folosește marca (importatori, licențiați, vânzători angro etc.).

Articolul 32³. Cuprinsul cererii de constatare a notorietății mărcii

Pe lângă cele prevăzute la art. 166 din Codul de procedură civilă, cererea de constatare a notorietății mărcii trebuie să conțină:

a) solicitarea de constatare a notorietății mărcii cu indicarea datei de la care această constatare se solicită;

b) numele, prenumele, adresa și semnătura solicitantului, în cazul unei persoane fizice; denumirea, sediul și semnătura conducătorului, în cazul unei persoane juridice;

c) numele, prenumele, adresa și semnătura mandatarului autorizat/ reprezentantului, în cazul depunerii cererii prin intermediul lor;

d) descrierea mărcii, dacă este înregistrată, sau descrierea semnului care se pretinde că poate fi recunoscut ca marcă notorie;

e) produsele și/sau serviciile pentru care se utilizează marca, grupate conform claselor clasificării internaționale a produselor și a serviciilor;

f) culoarea/culorile mărcii, în cazul în care acestea constituie un element distinctiv al mărcii;

g) numărul certificatului de înregistrare, dacă se solicită constatarea notorietății unei mărci înregistrate.

Articolul 32⁴. Materialele anexate la cererea de constatare a notorietății mărcii

La cererea de constatare a notorietății mărcii se anexează:

a) documente ce conțin informații despre factorii în a căror bază se poate face concluzia despre notorietatea semnului, inclusiv despre:

- gradul de cunoaștere a semnului pe piață de către segmentul de public vizat;

- durata (începutul și perioada), gradul și întinderea geografică a oricărei utilizări a semnului;

- durata, gradul și întinderea geografică a activității de promovare a semnului respectiv, inclusiv publicitatea și prezentarea la iarmaroace sau expoziții a produselor și/sau a serviciilor marcate cu acesta;

- durata și întinderea geografică a oricărei înregistrări a semnului și/sau a oricărei cereri de înregistrare a lui, în măsura în care reflectă utilizarea sau recunoașterea acestui semn;

- raportul de evaluare care determină valoarea mărcii;

- rezultatul sondajelor efectuate de solicitant;

- orice alte informații suplimentare; -

b) reproducerea grafică sau fotografică a mărcii, prezentată în culoarea sau în combinația de culori în care se solicită constatarea notorietății mărcii, cu imagine de o calitate ireproșabilă, clară și distinctă;

c) reproducerea grafică sau fotografică a mărcii în vedere generală și din mai multe vederi, diferite, dacă se solicită constatarea notorietății mărcii tridimensionale;

d) mostra etichetei (în mărime naturală), dacă se solicită constatarea notorietății mărcii în etichetă;

e) procura, în cazul depunerii cererii prin mandatar autorizat/reprezentant;

f) dovada de plată a taxei stabilite;

g) documentul care confirmă începutul și perioada utilizării mărcii.

Articolul 32⁵. Criteriile de constatare a notorietății mărcii

(1) Notorietatea mărcii pe teritoriul Republicii Moldova se constată în temeiul următoarelor criterii:

a) marca este recunoscută de către consumatorii actuali și/sau cei potențiali ai produselor

și/sau ai serviciilor pentru care se utilizează ori de către persoanele implicate în asigurarea rețelelor de distribuție a produselor și/sau a serviciilor pentru care se utilizează marca, ori de cercurile de afaceri în care sînt implicate produsele și/sau serviciile pentru care se utilizează marca, iar impresia despre nivelul calității produselor și/sau a serviciilor se asimilează cu (se referă la) marca din țară sau de pe piața mondială;

b) marca posedă un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobîndită ca rezultat al utilizării intensive;

c) marca este larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate;

d) marca posedă valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară sau pe piața mondială.

(2) La adoptarea hotărîrii de constatare a notorietății mărcii, pe lîngă criteriile nominalizate la alin. (1), pot fi luate în considerare și alte criterii relevante pentru o marcă notorie, nereflectate în prezentul articol.

Articolul 32⁶. Examinarea cererii de constatare a notorietății mărcii

(1) La examinarea cererii de constatare a notorietății mărcii se verifică datele prezentate conform prevederilor art. 32³–32⁵.

(2) La stabilirea notorietății mărcii nu pot fi cerute în calitate de condiții obligatorii următoarele:

a) marca respectivă să fie înregistrată sau depusă spre înregistrare pe teritoriul Republicii Moldova;

b) marca solicitată să fie recunoscută ca fiind notorie, înregistrată sau depusă spre înregistrare în orice alt stat decît Republica Moldova;

c) marca să fie bine cunoscută de către publicul larg din Republica Moldova.

(3) Sondajul se efectuează pe un eșantion reprezentativ în raport cu segmentul de public vizat. Aria geografică a sondajului și mărimea eșantionului se stabilesc în funcție de caracterul/specificul produselor și/sau al serviciilor pentru care se folosește marca.

(4) La stabilirea notorietății mărcii pentru produsele cu destinație tehnică trebuie să fie chestionați consumatorii produselor respective (atît din cercul producătorilor, cît și din rețeaua de comerț). Astfel, este necesar ca nu mai puțin de 60% din numărul acestor respondenți să cunoască marca respectivă.

(5) La stabilirea notorietății mărcii pentru produsele de consum curent trebuie să fie chestionat consumatorul „mediu” (luîndu-se în considerare vîrsta, sexul, studiile, starea socială și materială, legătura cu produsul marcat), precum și specialiști din ramura respectivă a industriei și a comerțului. Astfel, este necesar ca majoritatea respondenților să cunoască marca respectivă.

(6) În cadrul sondajului, respondenții trebuie să răspundă:

a) dacă cunosc marca respectivă;

b) care este titularul mărcii sau producătorul produsului marcat cu o astfel de marcă;

c) de la ce dată cunosc marca;

d) cum apreciază marca (le este bine cunoscută, cunoscută, slab cunoscută, necunoscută);

e) cum apreciază produsul (este excelent, foarte bun, bun, mediu, nesatisfăcător etc.);

f) la alte întrebări rezonabile ce țin de domeniul de cunoaștere a mărcii.

(7) Nu poate fi constatată notorietatea mărcii în cazul în care există cel puțin una din următoarele condiții:

a) dovezile prezentate de către solicitant, inclusiv valorile parametrilor fixați la alin. (3)–(5), nu corespund cerințelor stabilite în prezenta secțiune;

b) există o marcă identică ori similară care poate fi confundată cu marca solicitantului, înregistrată sau depusă spre înregistrare pe numele unei alte persoane pentru aceleași produse ori servicii, cu o prioritate anterioară datei de la care se solicită constatarea notorietății mărcii;

c) marca s-a transformat în denumire uzuală;

d) marca contravine ordinii publice sau bunelor moravuri.

Articolul 32⁷. Hotărîre privind constatarea
notorietății mărcii -

(1) În funcție de rezultatul examinării cererii de constatare a notorietății mărcii se adoptă o hotărîre privind constatarea notorietății mărcii sau respingerea cererii de constatare a notorietății mărcii.

(2) Hotărîrea privind constatarea notorietății mărcii se comunică AGEPI pentru ca marca recunoscută notorie să fie înscrisă în Registrul mărcilor notorii.

(3) Datele înscrise în Registrul mărcilor notorii se publică în BOPI în termen de 3 luni de la data adoptării hotărîrii privind constatarea notorietății mărcii.”

PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI

Marian LUPU

Nr. 20. Chișinău, 23 februarie 2012.