

Prima instanță: Judecătoria Chișinău, sediul Centru (Judecător Potînga Iurie)
Dosarul: nr.2ac-660/23 (2-16204448-02-2ac-20112023)

DECIZIE

04 aprilie 2024

mun. Chișinău

Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ
al Curții de Apel Chișinău

Instanța compusă din:

Președintele ședinței, judecătorul

Țurcan Ion

Judecătorii

Malîi Ala și Dulghieru Dorin

Grefier

Adam Cristian

examinând în ședință publică cererea de apel declarată de avocatul ***** în interesele apelantei ***** împotriva hotărârii Judecătoria Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, emisă în cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de ***** către ***** , intervenient accesoriu ***** privind recunoașterea notorietății mărcii comerciale grafice,

c o n s t a t ă :

La data de 19 octombrie 2016, ***** s-a adresat cu cerere de chemare către ***** , intervenient accesoriu ***** privind recunoașterea denumirii comerciale verbale ***** , ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01.01.1991, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață” și a dispune înregistrarea/ mărcii notorii verbale ***** în Registrul mărcilor notorii al RM după *****”.

În motivarea acțiunii a indicat că istoria fondării companiei ***** datează cu anul 1946, când prin hotărârea Sovietului de Miniștri al RSSM a fost fondată o întreprindere de producție alimentară în baza fostelor întreprinderi rudimentare F*****u. În 1952 a fost dată în exploatare secția de biscuiți cu capacitatea de 14 tone de producție pe zi, ulterior ultimii indici au crescut până la 33 de tone pe zi - rezultatele atât de înalte au fost obținute datorită unui regim de lucru în trei schimburi.

Menționează că în 1955, după finalizarea reconstrucției secției de bomboane, capacitatea acestei secții de producere a constituit 7,5 tone pe zi, iar capacitatea diviziunii de ciocolate la confecționarea maselor de ciocolată-praline - aproape 4,5 tone pe zi. În același an, 1955, denumirea fabricii a fost schimbată în ”Fabrica de cofetărie și macaroane”, iar peste șapte ani, în 1962, la denumirea în cauză este adăugată denumirea folosită până în prezent - *****.

Ulterior, în anul 1977 *****capătă statutul de întreprindere de încercări și experimente tehnologice, implementând în procesul tehnologic inovațiile

importante pentru ramura cofetăriei la nivelul întregii Uniuni Sovietice, producția Fabricii *****și calitatea ei devenind cunoscută mult peste hotarele Moldovei (RSSM). Odată cu recunoașterea acesteia a crescut și însăși întreprinderea: către anul 1986 capacitățile de producere au ajuns la 42 mii de tone de produse de cofetărie pe an, ceea ce până în prezent constituie indici foarte înalți și astăzi puține întreprinderi din ramura cofetăriei se pot lăuda de asemenea indici.

Drept urmare, *****a devenit binemeritatul lider în ramură de cofetărie, făcând parte din întreprinderile de producere cele mai importante de pe teritoriul țării noastre pe timpurile Uniunii Sovietice. Chiar și în enciclopedia despre Chișinău, editată în 1984, sunt descrise istoria și succesele fabricii de cofetărie de cercetare și experimentare *****. Între timp Fabrica devine un participant activ și permanent la concursurile "БДНХ" URSS și "БДНХ" RSSM, producția fiind expusă la expozițiile internaționale, inclusiv în afara Uniunii Sovietice: Ungaria, Cehoslovacia, Republica Democrată Germană, India, Columbia, Mexic, Brazilia ș. a.

Susține că după proclamarea independenței Republicii Moldova, începând cu septembrie 1991 fabrica își schimbă forma organizatorică juridică din întreprindere de stat în întreprindere dearendă.

La 28 septembrie 1992, prin acord cu colectivul de muncă și în conformitate cu legislația Republicii Moldova, întreprinderea dearendă *****a devenit societate pe acțiuni de tip închis cu capital mixt de stat și privatizat, iar în 1994, în conformitate cu legislația Republicii Moldova, SACP *****din nou și-a schimbat forma de proprietate - în societate pe acțiuni de tip deschis cu formă privată a capitalului, activând în această formă organizatorică până în prezent. Schimbarea formei de proprietate a întreprinderii a contribuit la prelungirea activității fabricii de succes, astfel încât și până în prezent fabrica *****SA este lider absolut în fabricarea producției de cofetărie pe teritoriul Republicii Moldova, iar volumul de producere al fabricii constituie aproape 90 % din volumul producției de bomboane din Republica Moldova, cota generală a fabricii pe piață de cofetărie autohtonă constituie circa 40 %. La fel, *****SA dispune de rețeaua vastă de distribuire a producției sale pe teritoriul Republicii Moldova care permite de a distribui și comercializa producția aproape în fiecare localitate a țării.

Concomitent *****SA exportă producția sa și peste hotarele Republicii Moldova, destinațiile importante fiind țările CSI, Bosnia și Herțegovina, România, Polonia, Bulgaria, Statele Unite ale Americii, Grecia, Italia, Anglia, Irlanda, Estonia, Letonia, Canada, Croația, Israel, Germania. În prezent marca comercială *****este înregistrată în 47 țări ale lumii, fiind activ promovată pe piața internațională și autohtonă.

Menționează că datorită procesului de producere neîntrerupt cu utilizarea tehnologiilor inovaționale, precum și controlului strict asupra calității producției

sale, fabrica *****SA a căpătat notorietatea și recunoașterea atât în țară noastră, cât și peste hotarele ei, iar consumatorii autohtoni și cei de peste hotare asociază producția fabricii în mod constant cu calitatea înaltă a produselor fabricate.

Indică că *****” a participat la numeroase expoziții organizate atât pe teritoriul Republicii Moldova, cât și în afara ei. Producția companiei este promovată intens pe piețele din alte state în special cele din toate regiunile de pe teritoriul Uniunii Sovietice/CSI, unde există consumatori constanți și fideli. Acest fapt a fost -remarcat prin o mulțime de diplome și certificate eliberate companiei. În activitatea *****” SA utilizează mai multe mărci și denumiri comerciale ale produselor de cofetărie, unele fiind elaborate, lansate și promovate recent, iar altele fiind în proces de producție al fabricii mai mult de 30-60 ani, fiind elaborate și încredințate spre producere de pe timpurile sovietice, în cadrul unui sistem de producere de plan unic. În special, conform datelor existente istoria producerii de către *****SA a bomboanelor cu denumire ***** (*****») a luat start înainte de anul 1964, întrucât la 27 aprilie 1964 a fost emisă dispoziția privind reducerea cotei de pierderi la producerea unor asemenea bomboane și au fost calculate și semnate instrucțiunile tehnologice de către inginer-șef al Fabricii *****și aprobate de către șeful-adjunct al Direcției de Industrie Alimentară al Gospodăriei Populare Sovietice al RSSM V. Vanicikin.

Relevă că în volumul unificat al rețetelor industriale «Конфеты и ирис», în vigoare la acel moment, aprobat de Ministrul Industriei Alimentare al URSS - I. Sivolap, editura «Пищепромиздат», Moscova, a.1952, este inclusă rețeta bomboanelor ***** (*****») cu nr.87, pag.176.

Notează că în anul 1971 se publică și se aduce la cunoștință întreprinderilor ramurii de cofetărie a URSS, prin intermediul ministerelor republicane de industrie alimentară, volumul rețetelor «Рецептуры на конфеты ирис»», aprobat de Ministrul-adjunct al Industriei Alimentare URSS S. Brovchin la 30.12.1968, editura «Пищевая промышленность», Moscova, 1971. în volumul nou la fel este inclusă rețeta bomboanelor *****» pe pag.348 cu nr.183.

La data de 28 iunie 1982 ministrul adjunct al industriei alimentare RSSM A.S. Cuharuc a aprobat rețeta bomboanelor *****» în locul celei precedente în legătură cu schimbarea proporțiilor materiei prime la etapele producerii și a proporțiilor agenților uscați utilizați în proces de producere.

În anul 1986 se publică și se aduce la cunoștința ministerului industriei alimentare RSSM și respectiv la cunoștința conducerii ***** cartea de rețete «Рецептуры конфеты и ирис» în 3 volume, aprobată la *****ef-adjunct secției industriei alimentare a ministerului industriei agricole a URSS: rețeta bomboanelor *****» este redată cu nr.159 în voi. nr.1 pag. 331. La 25.02.1987 șeful-adjunct al direcției generale a industriei alimentare RSSM V. Biriucov a aprobat instrucțiunea tehnologică ПЦ-18- МССР-138-87 *****» în conformitate cu normativele

progresive de pierderi ale materiei prime în baza scrisorii 603/4-2-330 din 30.06.87 Ministerului industriei agricole a URSS. Ulterior, la 18 noiembrie 2005 de către Directorul General al SA «*****» Pavel Filip a fost aprobată instrucțiunea tehnologică RȚ MD 67-03939686-324-2005 *****, care cu această denumirea rămâne în vigoare până în prezent, însă a fost de câteva ori înlocuită de instrucțiuni noi, din cauza modificării normativelor de pierderi și a etapelor procesului de producere, prin următoarele instrucțiuni: RȚ MD 67-03939686-438-2006 *****; RȚ MD 67-03939686-1049- 2012 *****.

Remarcă că, având ca temei baza normativă expusă mai sus, *****”, aproape 50 ani utilizează în activitatea operațională și cu bună-credință produce bomboanele cu aplicarea denumirii ***** (*****)), fiind de fapt printre primii producători ai producției de cofetărie respective pe teritoriul Uniunii Sovietice. Spre regret, actele de ducere, contracte, facturi, ordinele conducerii, actele contabile, inclusiv registre de casă, actele de primire-predare, facturi fiscale și de expediție, contracte și alte acte relevante - pe perioada de până la 1991 au fost nimicite conform procedurii legale, fapt confirmat prin un șir de permise de nimicire a actelor eliberate de Arhiva Națională, fiind păstrate doar documentele de producere unice.

Cu toate acestea în arhiva *****” s-au păstrat unele documente ce atestă utilizarea mărcilor: planuri de producere, calcularea normelor și normativelor de producere, alte documente relevante - pe perioada anilor 60-80, care se anexează la prezenta cerere.

Mai mult *****” a fost și participantul activ al expozițiilor internaționale specializate, la care a fost expusă inclusiv producția marcată cu denumirea ***** (*****)), dovezi se anexează. Totodată pentru a demonstra perioada și teritoriul utilizării mărcii la prezenta cerere anexează unele invoice-uri, contracte, facturi fiscale și declarații vamale anexate, prezentate în mod selectiv.

Consideră că prin probe se confirmă că perioada utilizării de către reclamantă a denumirii comerciale ***** (*****)) pentru marcarea producției sale constituie din anii 1960 și până în prezent - aproape 50 ani. Denumirea dată a fost utilizată intensiv de fabrica *****pe parcursul mai multor ani, și anume reclamantei îi revine rolul principal în promovarea și popularizarea pe teritoriul țării noastre a producției cu aplicarea denumirii ***** (*****)). Cât privește întinderea geografică a utilizării mărcii ***** (*****)) - zona utilizării mărcii ***** (*****)) de către *****” include pe lângă teritoriul Republicii Moldova, țările URSS/CSI, țările europene, această producție devenind cunoscută departe peste hotarele țării pe piața continentală.

Cu privire la notorietatea producției sale cu aplicarea denumirii –***** (*****)), dar și întru realizarea condițiilor prevăzute de art. 322 alin (3), art. 324, art. 326 alin (3-6) al Legii privind protecția mărcii nr.38-XVI din 29.02.2008, care

formulează mai multe condiții privind recunoașterea notorietății unei mărci, a fost efectuat de către compania autorizată în domeniu „***** studiu sociologic și realizat în perioada 15-18 martie 2015 în 5 magazine din localitățile Republicii Moldova (din nordul, centrul și sudul Republicii Moldova, inclusiv mun. Chișinău) pe un eșantion de 1003 respondenți, având vârsta cuprinsă între 18-60 ani.

Ca rezultat, în urma sondajului sociologic s-a constatat că 80,2 % din respondenți cunosc denumirea comercială ***** (*****»), 23,6 % consideră că marca ***** (*****») este foarte cunoscută, iar 40,4% consideră că marca ***** (*****») este cunoscută - astfel se dovedește prezența criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit. a) și c) art. 325 din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor: 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 sânt 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; marca este larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate, 40,1 % cunosc denumirea comercială ***** (*****») din timpul URSS, 19,3 % - din timpul anilor 1990, 53,9 % asociază denumirea comercială ***** (*****») cu producătorul *****.

Astfel se dovedește prezența criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit.b) art. 325 din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor: marca posedă un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobândită ca rezultat al utilizării intensive.

Reține că, în notorietatea denumirii comerciale ***** (*****»), *****” a fost comandat la compania sociologică ***** efectuarea unui sondaj sociologic suplimentar, conformându-se prevederilor legale din art. 326 din Legea privind protecția mărcii nr.38-XVI lin 29.02.2008, respondenților fiind pusă inclusiv întrebarea cu privire la calitatea producției *****” marcată cu denumirea ***** (***** »), au fost intervievați și specialiștii în domeniu - vânzători, dar și a fost majorată geografia sondajului și numărul respondenților - până la 2050 persoane.

Așadar, potrivit raportului cu privire la sondajul executat de ***** în iunie 2016 s-a constatat că: 65,2 % din consumatori și 82,7 % din vânzători pentru prima dată au auzit despre marca ***** (***** ») în anii 1990 sau mai devreme, totodată 73,4 % din consumători și 72,5 % din vânzători consideră că producția cu denumirea Ursuleț” (***** ») a început să se producă din anii 1990 sau mai devreme ceea ce încă odată demonstrează că până la data de 01.01.1991 marca Ursuleț” (*****») a devenit larg recunoscută pe piața autohtonă, deci, notorie, 69,9 % din consumători și 70 % din vânzători recunosc denumirea comercială ***** (*****») ca foarte cunoscută sau cunoscută - astfel se dovedește prezența

criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit.a) și c) art. 325 din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor, 82,2 % din consumatori consideră că producția *****” marcată cu denumirea ***** (*****») este de calitate excelentă, foarte bună sau bună, de aceeași părere sunt și 70% din vânzători intervievați, astfel, se probează producția Fabricii *****SA a fost larg recunoscută pe piața autohtonă și se asociază cu calitatea înaltă, 95% din vânzători și 77,9 % din consumatori cunosc că producția marcată cu denumirea ***** (*****») se fabrică în Republica Moldova, din care 39,6% din consumatori și 92,1% din vânzători au răspuns că producătorul producției cu denumirea ***** (*****») este ***** SA, astfel se dovedește prezența criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit.b) art. 325 din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor: marca posedă un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobândită ca rezultat al utilizării intensive.

Mai mult pentru a demonstra că marca ***** (*****») posedă valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară sau pe piața mondială, de către evaluatorul independent certificat în domeniul proprietății intelectuale certificatul 011-RE din 02.06.2015) ***** a fost efectuată evaluarea mărcii comerciale ***** (*****»), în baza raportului de evaluare nr. 0078 din 34.07.2016 s-a constatat că valoarea de piață a mărcii ***** (*****») la 01.04.2016 a constituit 151 mii lei sau 6800 euro.

Prin urmare, din anii 1960 și până în prezent *****” fabrică activ producția cu denumirea ***** (*****»), care posedă valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară, ceea ce corespunde criteriului din lit. d) art. 325 din Legea privind protecția mărcii nr.38-XVI din 29.02.2008: marca posedă valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară. Analizând mersul de producere al producției fabricate de *****cu aplicarea denumirii ***** (*****») și rezultatele sondajelor, se conchide că marca dată a devenit populară și larg cunoscută de către consumatorii pe întregul teritoriul țării încă din anii 1970- 1980, fiind asociată cu producătorul unic al acestei producții pe teritoriul țării - Fabrica de cofetărie *****, însă bazându-se pe indiciile sociologice conform datelor sondajului consideră că data din care se solicită constatarea faptului notorietății mărcii este 01.01.1991 (data din care cunosc marca respectivă cunoaște majoritatea respondenților în ambele sondaje.

Drept urmare, se poate constata întrunirea criteriilor necesare pentru a recunoaște denumirea comercială ***** (*****») ca fiind marca comercială notorie, or, majoritatea absolută a respondenților a confirmat că cunoaște și consideră denumirea ***** (*****») cunoscută, asociază această denumire cu producătorul de cofetărie fabrica *****, producția reclamantului marcată cu denumirea ***** (*****») se apreciază ca una de calitate bună, conform raportului de evaluare marca posedă valoare comercială considerabilă.

Concomitent, fidelitatea și recunoașterea de către consumatori a calității produselor de cofetărie cu denumirea ***** (*****») confirmă necesitatea protecției acestei denumiri pe teritoriul Republicii Moldova prin recunoașterea notorietății acesteia conform procedurii prevăzute de legislația în vigoare.

Pe parcursul anului 2015 biroul mandatarilor autorizați *****, acționând din numele fabricii de cofetărie din Moscova ***** din Federația Rusă au înaintat un șir de reclamații companiilor *****, cu solicitarea interzicerii comercializării, păstrării pentru comercializare, producției cu aplicarea denumirii ***** (*****»), fabricate de alți producători decât fabrica de cofetărie din Moscova ***** sau «РотФронт» ОАО. Fiind notificată de magazinele despre pretențiile înaintate de ***** , *****” a aflat ***** este titularul unei înregistrări de marcă combinată nr. 638113 cu transliterare verbală din limba rusă ***** pentru clasa 30 conform clasificării internaționale a mărfurilor de la Nisa - dulciuri.

Conform datelor publice ***** a efectuat înregistrarea mărcii respective pe cale internațională anul 1995, însă doar în anul 2015 a întreprins măsuri în vederea interzicerii utilizării mărcii date tuturor producătorilor autohtoni, inclusiv *****”, astfel a apărut conflict referitor la denumirea comercială a cărei recunoaștere ca notorie se solicită.

Cu toate acestea, după cum s-a demonstrat, reclamanta *****” utilizează cu bună-credință denumirea comercială ***** (*****») mult înainte de data înregistrării mărcii comerciale internaționale *****» pe teritoriul Republicii Moldova - anul 1995, începând fabricarea acestei producții cu 40 ani înainte de această dată, de pe timpurile sovietice.

Mai mult ca atât, având în vedere data de la care se solicită constatarea notorietății mărcii - anul 1991 este mai înainte de data înregistrării mărcii comerciale după ***** - a. 1995, *****” are deplinul drept de a solicita recunoașterea mărcii ***** (*****») și această notorietate este abilă pârâului ***** , care spre deosebire de reclamant ocupă ne semnificativ piața produselor de cofetărie a Republicii Moldova, incomparabilă cu poziția *****” pe piața autohtonă.

În temeiul art.2, 322 alin (1), 325, 326 alin. (3, 6) din Legea nr.38/29.02.2008 privind protecția mărcilor, solicită admiterea cererii (f.d.6-14,vol.I).

Ulterior, reclamanta *****” prin intermediul reprezentantului ***** ***și-a concretizat cerințele din acțiune***, modificând data de la care solicită recunoașterea notorietății mărcii, solicitând recunoașterea denumirii comerciale verbale ***** ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii ”produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață” și înregistrarea mărcii notorii verbale *****/*****») în Registrul mărcilor notorii al RM după *****”.

La data de **31 mai 2019**, reclamanta *****” prin intermediul directorului

general Roman Tryakin și-a concretizat repetat cerințele din acțiune solicitând în final recunoașterea mărcii comerciale grafice ***** ca fiind notorii pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii ”produse de cofetărie” și înregistrarea mărcii comerciale grafice în Registrul mărcilor notorii al RM după *****”.

În motivarea acesteia a indicat că pe parcursul examinării cauzei au survenit circumstanțe importante, și anume *****” a devenit titularul mărcii verbale ***** cu prioritate din 20 aprilie 2017, copia certificatului de înregistrare a mărcii nr.30771 se anexează, fapt care exclude necesitatea solicitării în continuare a declarării notorietății acestei mărci.

Cu toate acestea, conflictul dintre părțile în litigiu nu s-a epuizat, deoarece ***** pretinde la apărarea nu doar a elementului verbal al mărcii ***** *****», dar insistă și asupra interdicției utilizării de către *****” a imaginii grafice din cadrul mărcii combinate înregistrate***** reproducerea renumitului tablou ***** , fapt care îi impune să intervină cu modificări în obiectul acțiunii.

Prin hotărârea Judecătorei Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, acțiunea, ulterior concretizată a fost respinsă.

La data de 14 august 2023, avocatul ***** în interesele apelantei *****” a declarat apel împotriva hotărârii Judecătorei Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, solicitând admiterea cererii de apel, casarea hotărârii instanței de fond, cu emiterea unei noi hotărâri de admitere a acțiunii.

În motivarea cererii de apel a reiterat motivele invocate în cererea de chemare în judecată, ulterior concretizată, suplimentar a indicat că nu este de acord cu hotărârea instanței de fond, dat fiind emisă cu aplicarea și interpretarea eronată a normelor de drept material și procedural, instanța superficial a evaluat materialele dosarului, nu a luat în considerație argumentele prezentate, în rezultat, concluziile primei instanțe invocate în hotărâre nu corespund împrejurărilor reale ale cauzei, motiv pentru care o consideră neîntemeiată, pasibilă de a fi casată.

Menționează că atât timp cât legea prevede că anume sondajul sociologic constituie probă de bază în litigiu privind o marcă, recunoașterea notorietății căreia se cere, apelanta a demonstrat circumstanțele necesare și întrunirea tuturor criteriilor pentru recunoașterea notorietății mărcii cerute, iar hotărârea instanței de fond privind respingerea acțiunii cu privire la confirmarea notorietatea mărcii comerciale grafice este una contrară legii.

Reprezentantul apelantei, *****”, avocatul ***** în ședința instanței de apel a solicitat admiterea cererii de apel în sensul formulat.

Reprezentantul apelantei *****”, ***** în baza procurii în ședința instanței de apel a solicitat admiterea cererii de apel în sensul formulat.

R/intimatei AGEPI, Urmaș Diana în ședința instanței de apel a lăsat la

discreția instanței admiterea sau respingerea cererii de apel.

Reprezentantul intimatului: *****, avocatul ***** în ședința instanței de apel nu s-a prezentat, fiind legal citat, din care considerente Colegiul a dispus examinarea cererii de apel în lipsa acestuia.

Audiind reprezentanții părților în proces, studiind cererea de apel în cumul cu materialele cauzei, Colegiul consideră necesar de a admite apelul declarat, a casa hotărârea instanței de fond, cu emiterea unei noi hotărâri de admitere a acțiunii din următoarele considerente.

În conformitate cu prevederile art.385 lit. c) CPC, instanța de apel după ce judecă apelul este în drept să admită apelul și să caseze integral sau parțial hotărârea primei instanțe, emițând o nouă hotărâre.

Conform prevederilor art.118 alin.(1) CPC, fiecare parte trebuie să dovedească circumstanțele pe care le invocă drept temei al pretențiilor și obiecțiilor sale dacă legea nu dispune altfel.

Potrivit art.117 alin.(1) și (2) CPC, probe în cauze civile sânt elementele de fapt, dobândite în modul prevăzut de lege, care servesc la constatarea circumstanțelor ce justifică pretențiile și obiecțiile părților, precum și altor circumstanțe importante pentru justa soluționare a cauzei. În calitate de probe în cauzele civile se admit elementele de fapt constatate din explicațiile părților și ale altor persoane interesate în soluționarea cauzei, din depozițiile martorilor, din înscrisuri, probe materiale, înregistrări audio-video, din concluziile experților.

Articolul 130 alin.(1) CPC statuează că instanța judecătorească apreciază probele după intima ei convingere, bazată pe cercetarea multă aspectual, completă, nepărtinitoare și nemijlocită a tuturor probelor din dosar în ansamblul și interconexiunea lor, călăuzindu-se de lege.

În temeiul art.240 alin.(1) CPC, la deliberarea hotărârii, instanța judecătorească apreciază probele, determină circumstanțele care au importanță pentru soluționarea pricinilor, care au fost sau nu stabilite, caracterul raportului juridic dintre părți, legea aplicabilă soluționării cauzei și admisibilitatea acțiunii.

Conform art.2 din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, marcă notorie este marcă larg cunoscută în Republica Moldova la data depunerii unei cereri de înregistrare de marcă sau la data priorității revendicate în cerere, în cadrul segmentului de public vizat pentru produsele și/sau serviciile cărora li se aplică marca, fără a fi necesară înregistrarea sau utilizarea mărcii notorii în Republica Moldova pentru a fi opusă.

Potrivit art.321 din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, marca poate fi recunoscută ca fiind notorie în urma unei cereri de constatare a notorietății, depusă la judecătoria în a cărei jurisdicție este sediul AGEPI, sau a unei cereri reconvenționale într-o acțiune de apărare a drepturilor, depusă la aceeași instanță. Mărcii notorii i se acordă protecție juridică în

conformitate cu prezenta lege. Durata de protecție a mărcii notorii este nelimitată.

În conformitate cu art.322 alin.(1) și (2) din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, 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 judecătoria în a cărei jurisdicție este sediul AGEPI, în conformitate cu prevederile art.166 din Codul de procedură civilă. Cererea trebuie să se refere la o singură marcă. O singură marcă se consideră semnul utilizat întocmai într-un ansamblu concret de elemente.

Conform prevederilor art.325 din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, 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 sunt 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 dobândită 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. La adoptarea hotărârii de constatare a notorietății mărcii pe lângă criteriile nominalizate la alin. (1), pot fi luate în considerație și alte criterii relevante pentru o marcă notorie.

Conform art.326 alin.(1), (3)-(6) din Legea privind protecția mărcilor, la examinarea cererii de constatare a notorietății mărcii se verifică datele prezentate conform prevederilor alin. alin. (3), (4), (5) și (6) al Legii nr.38/2008. 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. La stabilirea notorietății mărcii pentru produsele cu destinație tehnică trebuie să fie chestionați consumatorii produselor respective (atât din cercul producătorilor, cât și din rețeaua de comerț). Astfel, este necesar ca nu mai puțin de 60% din numărul acestor respondenți să cunoască marca respectivă. La stabilirea notorietății mărcii pentru produsele de consum curent trebuie să fie chestionat consumatorul „mediu” (luându-se în considerare vârsta, 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. 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.

Conform art.326 alin. (7) din Legea privind protecția mărcilor, 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. 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.

Potrivit prevederilor art.9 alin.(1) CPC, instanței judecătorești îi revine un rol diriguitor în organizarea și desfășurarea procesului, ale cărui limite și al cărui conținut sânt stabilite de prezentul cod și de alte legi.

Din probatoriul administrat în speță, Colegiul a stabilit că istoria fondării companiei *****datează cu anul 1946 (f.d.20), când prin hotărârea Sovietului de Miniștri al RSSM a fost fondată o întreprindere de producție alimentară în baza fostelor întreprinderi rudimentare F*****u.

Prin ordinul Ministerului Industriei Alimentare al RSSM nr.1153 din 19 decembrie 1950 s-a dat în exploatare Fabrica de Cofetărie nr.2 din Chișinău (f.d.90, vol. VII), iar prin ordinul Ministerului Industriei Alimentare al RSSM nr.5 din 08 ianuarie 1955 s-au dat în exploatare Fabricile de Cofetărie nr.1 și nr.2 din Chișinău, fiind unite într-o întreprindere - Fabrica de Cofetărie din Chișinău (f.d.92, vol. VII).

Ulterior, conform ordinului Ministerului Industriei Alimentare al RSSM nr.406 din 26 octombrie 1970, fabricii i s-a atribuit denumirea - Fabrica de Cofetărie *****.

Prin contractul de constituire a Societății pe Acțiuni *****din 28 septembrie 1992 se dovedește faptul că, Fabrica *****a fost reorganizată în societate pe acțiuni, însă conform pct.1.6. al contractului de constituire, societatea nou fondată se consideră succesor în drepturi al întreprinderii de arendă ***** (f.d.10, 11, vol.VI).

Astfel, Societatea pe Acțiuni *****este succesor în drepturi al întreprinderii de arendă și a întreprinderii de stat Fabrica de Cofetărie *****.

Totodată, actele cauzei denotă că perioada de utilizare de către Societatea pe Acțiuni *****a mărcii ***** se confirmă prin probe documentare:

- percepția cu privire la mărcile de bomboane (f.d.17-21, vol.I);

- ordinele privind darea în exploatare a Fabricii nr.2 din or Chişinău, anii 1950,1955,1970 (f.d.22-29,vol.I);
- contractul din 28.09.1992 (f.d.30-37,vol.I);
- certificatele de inventariere a Fabricii ***** şi de înregistrare de stat a Fabricii ***** la 28.09.1992 (f.d.38,39,vol.I); - scrisoarea Ministerului Justiţiei nr.167, ordinul din 27.04.1964, acordul din 1965(f.d.40,41-45,46,vol.I); - receptura pentru bomboanele IRIS şi pentru bomboanele „*****”(f.d.48,50-57, vol. I);
- reţeta bomboane „*****”(f.d.58-60,vol.I);
- planul Fabricii de paste „*****” din 1962, bilanţul de producere pentru anul 1965 (f.d.61-66,67-88,vol.I),
- permisul nr.87 din 30 iunie 2008 de nimicire a documentelor cu termen de păstrare expirat (f.d.89,vol.I),
- procesul verbal nr.12 din 30 iunie 2008, permisul nr.40 din 26.05.2003 de nimicire a documentelor cu termen de păstrare expirat, procesul verbal nr.10 din 26.05.2003, permisul nr.31, procesul verbal nr.9, permisul nr.282, act, permisul nr.91, act, permisul nr.37, actul din 22.12.97, permisul nr.101, permisul nr.30, procesul verbal nr.14 (f.d.90-130, vol. I),
- scrisoarea de permisiune pentru export, invoice pe anii 2006, facturi fiscale pe anii 2011- 2013 (f.d.131-144,vol.I),
- declaraţii complementare, invoice pe anii 2005-2006,
- contract de vânzare-cumpărare din 02.09.2004, certificări pe anii 2006-2007 (f.d.144-172,vol.I),
- informaţie *****, publicitate de marketing pe anii 2012-2015, raportul financiar, de profit şi pierderi pe anii 2010-2015 (f.d.173-191,192-250,vol.I),
- informaţia nr.638113 din 17.01.2017 (f.d.17-22,vol.II),
- certificatul din 10.11.1985 şi anexa nr.1 cu valabilitatea asupra mărcii până la 10.11.2015, buletinul comitetului pe treburi de invenţie nr.7 (21) din iulie anul 1926, preice-curant, diplomă de prim rang din anul 1923, preice-curant nr.4, certificatul nr.78644 din 10.11.1985, informaţia din 08.06.1994, anexa nr.1 şi anexa de prelungire a dreptului exclusiv la marcă până în 10 noiembrie 2025(f.d.23-32,vol.II),
- informaţii Brevet Marc Service din 24.04.2012, certificat de înregistrare din 21.07.1995(f.d.48-52,vol.II),
- chestionarul pentru vânzatori şi consumatori al studiului notorietăţii mărcilor de bomboane (f.d.126-145,vol.II),
- actul nr.175-06A/19 privind constatarea faptului întocmit de către executorul judecătoresc Romaliischi Maxim la 26.02.2019 cu anexe (f.d.154-158,vol.II),
- receptura la bomboane şi IRIS, ordinul din 27.04.1964, receptura din 25.02.1987, reţetele la Bomboanele „*****” din 18.11.2005, 28.12.2006,

01.07.2012, certificatul de înregistrare a mărcii nr.30771 URSULEȚ (f.d.159-175,vol.II),

- scrisoarea nr.272 din 05.02.2021 și răspunsurile Ministerului Culturii și a A***** din 26.02.2021 și 02.03.2021 (f.d.185-191,vol.II),

- contractul nr.2014/108/165 din 22.03.2021, contractul nr.2014/108/165 din 30.07.2014, contractul nr.2015/108/203 din 29.07.2015, contractul nr.157-19a/99 din 22.07.1999 cu anexe și acorduri adiționale (f.d.200-254,vol.II),

- raportul de evaluare nr.00105 din 01.12.2019, actul de constatare nr.175-06A/19, situațiile financiare pe anii 2016-2018, rulajul soldurilor, registrul vânzărilor, raportul rezultatelor generale din 22.02.2019 (f.d.1-50,vol.III),

- rezultatele studiului notorietății mărcilor de bomboane (I-II.2019) realizat de SISI OPINIA (f.d.60-87,vol.III),

- scrisoarea AGEPI nr.1078 din 08.06.2021,

-răspunsul Ministerului Educației, Culturii și Cercetării al RM din 28.06.2021 (f.d.91,92,vol.III).

Actele cauzei denotă că în speță s-au prezentat cu titlu de probe și etichetele bomboanelor cu inscripțiile ***** pentru diferitele perioade de utilizare (f.d.202, vol. I, 155-158, Vol. II).

Potrivit procesului-verbal de constatare nr.175-06A din 26 februarie 2019 întocmit de către executorul judecătoresc Maxim Romaliischi s-a constatat că pe site-ul www.livejournal.com sunt afișate și publicate etichetele care reprezintă ambalajul bomboanelor „*****” și ***** datate din diferite perioade - 1950, 1960,1990 (f.d.154-158 vol. II).

La data de 19 octombrie 2016, ***** s-a adresat cu cerere de chemare către ***** , intervenient accesoriu ***** privind recunoașterea denumirii comerciale verbale ***** , ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01.01.1991, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață” și a dispune înregistrarea/mărcii notorii verbale ***** în Registrul mărcilor notorii al RM după *****”.

Ulterior, reclamanta *****” prin intermediul reprezentantului ***** și-a concretizat cerințele din acțiune, modificând data de la care solicită recunoașterea notorietății mărcii, solicitând recunoașterea denumirii comerciale verbale *****» ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii ”produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață” și înregistrarea mărcii notorii verbale *****/*****») în Registrul mărcilor notorii al RM după *****”.

La data de 20 aprilie 2017, *****” a devenit titularul mărcii verbale *****, fapt ce se confirmă prin certificatul de înregistrare a mărcii nr.30771.

Dat fiind că conflictul dintre părțile în litigiu nu s-a epuizat, deoarece ***** pretinde la apărarea nu doar a elementului verbal al mărcii ***** *****», dar insistă și asupra interdicției utilizării de către ***** a imaginii grafice din cadrul mărcii combinate înregistrate***** reproducerea renumitului tablou ***** , la data de 31 mai 2019, reclamanta *****” prin intermediul directorului general Roman Tryakin și-a concretizat în final cerințele din acțiune solicitând recunoașterea mărcii comerciale grafice ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii ”produse de cofetărie” și înregistrarea mărcii comerciale grafice în Registrul mărcilor notorii al RM după *****”.

Fiind investită cu judecarea cauzei în fond, prima instanță a ajuns la concluzia respingerii cererii de chemare în judecată, ulterior concretizate ca fiind neîntemeiată.

Nefiind de acord cu hotărârea instanței, la data de 14 august 2023, avocatul ***** în interesele apelantei *****” a declarat apel împotriva hotărârii Judecătoria Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, solicitând admiterea cererii de apel, casarea hotărârii instanței de fond, cu emiterea unei noi hotărâri de admitere a acțiunii, ulterior concretizate.

Raportând dispozițiile normelor citate la circumstanțele cauzei, evaluând soluția primei instanțe prin prisma pretențiilor înaintate în raport cu circumstanțele de fapt și de drept invocate, Colegiul consideră că concluzia instanței de fond este una neîntemeiată.

Verificând legalitatea hotărârii contestate în raport cu prevederile aplicabile la caz și criticile aduse în cererea de apel, instanța de apel constată că soluția a fost dată de către instanța de fond fără elucidarea pe deplin a circumstanțele cauzei, criteriu, care presupune prin sine lămurirea completă și certă a situației de fapt sub toate aspectele invocate.

În acest sens, Colegiul reține Colegiul reține precum că constatarea notorietății unei mărci este reglementată de prevederile Legii nr.38/2008 privind protecția mărcilor și Recomandării comune referitor la dispozițiile privind protecția mărcilor notorii, aprobată la Asamblaea Generală a OMPI din 20-29 septembrie 1999.

Conform art.2 din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, marcă notorie este marcă larg cunoscută în Republica Moldova la data depunerii unei cereri de înregistrare de marcă sau la data priorității revendicate în cerere, în cadrul segmentului de public vizat pentru produsele și/sau serviciile cărora li se aplică marca, fără a fi necesară înregistrarea sau utilizarea mărcii notorii în Republica Moldova pentru a fi opusă.

Conform art.321 din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, marca poate fi recunoscută ca fiind notorie în urma unei cereri de

constatare a notorietății, depusă la judecătoria în a cărei jurisdicție este sediul AGEPI, sau a unei cereri reconvenționale într-o acțiune de apărare a drepturilor, depusă la aceeași instanță. Mărcii notorii i se acordă protecție juridică în conformitate cu prezenta lege. Durata de protecție a mărcii notorii este nelimitată.

Potrivit art.322 alin. (1) și (2) din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, **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 judecătoria în a cărei jurisdicție este sediul AGEPI, în conformitate cu prevederile art.166 CPC. Cererea trebuie să se refere la o singură marcă. O singură marcă se consideră semnul utilizat întocmai într-un ansamblu concret de elemente.

La caz, din materialele cauzei se constată depunerea pe parcursul anului 2015 de către biroul mandatarilor autorizați ***** în numele fabricii de cofetărie din Moscova ***** din Federația Rusă a unui șir de reclamații companiilor ***** , cu solicitarea interzicerii comercializării, păstrării pentru comercializare, producției cu aplicarea denumirii ***** (*****»), fabricate de alți producători decât fabrica de cofetărie din Moscova ***** sau ***** magazinele fiind notificate despre pretențiile înaintate de *****.

Iar, urmare a notificării, reclamanta apelantă *****” a aflat că ***** este titularul unei înregistrări de marcă combinată nr.638113 cu transliterare verbală din limba rusă ***** pentru clasa 30 conform clasificării internaționale a mărfurilor de la Nisa – dulciuri, fapt ce denotă **existența unui conflict referitor la marcă** în sensul art.322 din Legea privind protecția mărcilor, fapt de altfel recunoscut de ambele părți în proces, motiv pentru care *****” s-a adresat cu prezenta acțiune în judecată privind recunoașterea denumirii comerciale verbale ***** ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, iar ulterior și a mărcii comerciale grafice din aceeași perioadă.

Conform prevederilor art.325 din Legea nr.38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, **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 sunt 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 dobândită 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.

La adoptarea hotărârii de constatare a notorietății mărcii pe lângă criteriile nominalizate la alin. (1), pot fi luate în considerație și alte criterii relevante pentru o marcă notorie.

În contextul normelor legale sus enunțate, Colegiul deduce că notorietatea unei mărci se constată de către instanța de judecată în baza probelor prezentate de solicitant, la caz de către *****”, care trebuie să fie suficiente, concludente și să corespundă anumitor cerințe, iar **una din probele de bază ce atestă gradul de cunoaștere a mărcii este chestionarul (sondajul de opinie) efectuat în rândul consumatorilor** în privința gradului de cunoaștere a mărcii.

Conform art.326 alin.(1), (3)-(6) din Legea privind protecția mărcilor, la examinarea cererii de constatare a notorietății mărcii se verifică datele prezentate conform prevederilor alin. alin. (3), (4), (5) și (6) al Legii nr.38/2008.

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.

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

La stabilirea notorietății mărcii pentru produsele de consum curent trebuie să fie chestionat consumatorul „mediu” (luându-se în considerare vârsta, 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.

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.

La caz, se reține că, în vederea efectuării sondajelor, legea indică drept criteriu „segmentul de public vizat”, prin această sintagmă avându-se în vedere atât consumatorii actuali sau potențiali ai bunurilor sau serviciilor, cât și alte persoane precum sunt specialiștii în ramura respectivă, persoanele implicate în rețelele de distribuție a produselor sau a serviciilor pentru care se folosește marca, rețeaua de afaceri al căror obiect îl constituie produsele și/sau serviciile pentru care se folosește marca (importatori, licențiați, vânzători angro, etc).

O marcă dobândește un caracter de notorietate numai în cazul unei utilizări îndelungate și intensive a acesteia. În urma utilizării marca trebuie să fie: recunoscută de către consumatorii actuali și/sau cei potențiali ai produselor și/sau ai serviciilor pentru care se utilizează 8 ori de către persoanele implicate în asigurarea rețelelor de distribuție, ori de cercurile de afaceri în care sunt implicate produsele și/sau serviciile pentru care se utilizează marca; să posede un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobândită ca rezultat al utilizării intensive; să fie larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate; să posede valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară sau pe piața mondială.

Conform art.326 alin. (7) din Legea privind protecția mărcilor, 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. 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.

Dat fiind că la data de 20 aprilie 2017, *******” a devenit titularul mărcii verbale *******, fapt ce se confirmă prin certificatul de înregistrare a mărcii nr.30771, dar conflictul dintre părțile în litigiu nu s-a epuizat, deoarece ********* pretinde la apărarea nu doar a elementului verbal al mărcii ******* *******», dar **insistă și asupra interdicției utilizării de către *****” a imaginii grafice** din cadrul mărcii combinate înregistrate***** reproducerea renumitului tablou *********, la data de **31 mai 2019**, reclamanta apelantă *******”** prin intermediul directorului general Roman Tryakin **și-a concretizat în final cerințele din acțiune solicitând deja recunoașterea mărcii comerciale grafice** ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii ”produse de cofetărie” și înregistrarea mărcii comerciale grafice în Registrul mărcilor notorii al RM după

*****”.

Din probatoriul administrat în speță, Colegiul civil a constatat că apelanta *****” a prezentat probe pertinente care atestă că marca comercială grafică sus enunțată corespunde criteriilor legale stabilite pentru recunoașterea notorietății mărcii și nu există careva temeieri legale prevăzute de art.326 alin.(7) lit. b) din Legea enunțată, invocate de către instanța de fond pentru respingerea acțiunii privind notorietatea mărcii.

În acest sens, Colegiul reține că perioada de utilizare de către Societatea pe Acțiuni *****a mărcii combinate ***** se confirmă prin probe documentare:

- percepția cu privire la mărcile de bomboane (f.d.17-21,vol.I);
- ordinele privind darea în exploatare a Fabricii nr.2 din or Chișinău, anii 1950,1955,1970 (f.d.22-29,vol.I);
- contractul din 28.09.1992 (f.d.30-37,vol.I);
- certificatele de inventariere a Fabricii ***** și de înregistrare de stat a Fabricii ***** la 28.09.1992 (f.d.38,39,vol.I); - scrisoarea Ministerului Justiției nr.167, ordinul din 27.04.1964, acordul din 1965(f.d.40,41-45,46,vol.I), - receptura pentru bomboanele IRIS și pentru bomboanele „*****”(f.d.48,50-57, vol.I);
- rețeta bomboane ,***** (f.d.58-60,vol.I);
- planul Fabricii de paste „*****” din 1962, bilanțul de producere pentru anul 1965 (f.d.61-66,67-88,vol.I),
- permisul nr.87 din 30 iunie 2008 de nimicire a documentelor cu termen de păstrare expirat (f.d.89,vol.I),
- procesul verbal nr.12 din 30 iunie 2008, permisul nr.40 din 26.05.2003 de nimicire a documentelor cu termen de păstrare expirat, procesul verbal nr.10 din 26.05.2003, permisul nr.31, procesul verbal nr.9, permisul nr.282, act, permisul nr.91, act, permisul nr.37, actul din 22.12.97, permisul nr.101, permisul nr.30, procesul verbal nr.14 (f.d.90-130, vol.I),
- scrisoarea de permisiune pentru export, invoice pe anii 2006, facturi fiscale pe anii 2011- 2013 (f.d.131-144,vol.I),
- declarații complementare, invoice pe anii 2005-2006,
- contract de vânzare-cumpărare din 02.09.2004, certificări pe anii 2006-2007 (f.d.144-172,vol.I),
- informație *****, publicitate de marketing pe anii 2012-2015, raportul financiar, de profit și pierderi pe anii 2010-2015 (f.d.173-191,192-250,vol.I),
- informația nr.638113 din 17.01.2017 (f.d.17-22,vol.II),
- certificatul din 10.11.1985 și anexa nr.1 cu valabilitatea asupra mărcii până la 10.11.2015, buletinul comitetului pe treburi de invenție nr.7 (21) din iulie anul 1926, preice-curant, diplomă de prim rang din anul 1923, preice-curant nr.4, certificatul nr.78644 din 10.11.1985, informația din 08.06.1994, anexa nr.1 și anexa de prelungire a dreptului exclusiv la marcă până în 10 noiembrie

2025(f.d.23-32,vol.II); - informații Brevet Marc Service din 24.04.2012, certificat de înregistrare din 21.07.1995(f.d.48-52,vol.II),

- chestionarul pentru vânzători și consumatori al studiului notorietății mărcilor de bomboane (f.d.126-145,vol.II),

- actul nr.175-06A/19 privind constatarea faptului întocmit de către executorul judecătoresc Romaliischi Maxim la 26.02.2019 cu anexe (f.d.154-158,vol.II),

- receptura la bomboane și IRIS, ordinul din 27.04.1964, receptura din 25.02.1987, rețetele la Bomboanele „*****” din 18.11.2005, 28.12.2006, 01.07.2012, certificatul de înregistrare a mărcii nr.30771 URSULEȚ (f.d.159-175,vol.II),

- scrisoarea nr.272 din 05.02.2021 și răspunsurile Ministerului Culturii și a A***** din 26.02.2021 și 02.03.2021 (f.d.185-191,vol.II),

- contractul nr.2014/108/165 din 22.03.2021, contractul nr.2014/108/165 din 30.07.2014, contractul nr.2015/108/203 din 29.07.2015, contractul nr.157-19a/99 din 22.07.1999 cu anexe și acorduri adiționale (f.d.200-254,vol.II),

- raportul de evaluare nr.00105 din 01.12.2019, actul de constatare nr.175-06A/19, situațiile financiare pe anii 2016-2018, rulajul soldurilor, registrul vânzărilor, raportul rezultatelor generale din 22.02.2019 (f.d.1-50,vol.III),

- rezultatele studiului notorietății mărcilor de bomboane (I-II.2019) realizat de SISI OPINIA (f.d.60-87,vol.III),

- scrisoarea AGEPI nr.1078 din 08.06.2021,

-răspunsul Ministerului Educației, Culturii și Cercetării al RM din 28.06.2021 (f.d.91,92,vol.III).

De asemenea, în speță s-au prezentat cu titlu de probe și etichetele bomboanelor cu inscripțiile ***** cât și imaginea grafică pentru diferitele perioade de utilizare (f.d.202, vol.I, 155-158, Vol.II).

Concomitent, se atestă că marca ***** posedă valoare comercială, fapt confirmat prin raportul de evaluare nr.0078 din 04 iulie 2016, întocmit de ***** , potrivit căruia valoarea mărcii comerciale ***** („*****”) la data de 04 iulie 2016 a constituit 151 mii lei sau 6 mii 800 euro, ceea ce corespunde criteriului stabilit la art.32⁵ lit. d) din Legea privind protecția mărcii nr.38-XVI din 29 februarie 2008, potrivit căruia marca posedă valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară.

Mai mult, reieșind din sondajul sociologic efectuat de către compania autorizată în domeniu „*****”, la cererea reclamantei apelante, întru realizarea condițiilor prevăzute de art. 322 alin (3), art.324, art.326 alin (3-6) al Legii privind protecția mărcii nr.38-XVI din 29.02.2008, care formulează mai multe condiții privind recunoașterea notorietății unei mărci, în perioada 15-18 martie 2015 în cinci magazine din localitățile Republicii Moldova (din nordul, centrul și sudul Republicii Moldova, inclusiv mun. Chișinău) pe un eșantion de 1003 respondent,

având vârsta cuprinsă între 18-60 ani se constată că **80,2 % din respondenți cunosc denumirea comercială ***** (*****»)**, 23,6 % consideră că marca ***** (*****») este foarte cunoscută, iar 40,4% consideră că marca ***** (*****») este cunoscută, fapt care denotă prezența criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit. a) și c) art. 325 din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor: 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 sânt 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; marca este larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate, 40,1 % cunosc denumirea comercială ***** (*****») din timpul URSS, 19,3 % - din timpul anilor 1990, 53,9 % asociază denumirea comercială ***** (*****») cu producătorul *****.

Mai mult, de către *****” a fost comandat la compania sociologică ***** și efectuarea unui **sondaj sociologic suplimentar**, conformându-se prevederilor legale din art.326 din Legea privind protecția mărcii nr.38-XVI lin 29.02.2008, respondenților fiind pusă inclusiv întrebarea cu privire la calitatea producției *****” marcată cu denumirea ***** (***** »), au fost intervievați și specialiștii în domeniu - vânzători, dar și a fost majorată geografia sondajului și numărul respondenților - până la 2050 persoane.

Potrivit raportului cu privire la **sondajul executat de ***** în iunie 2016** s-a constatat că: 65,2 % din consumatori și 82,7 % din vânzători pentru prima dată au auzit de marca ***** (***** ») în anii 1990 sau mai devreme, totodată 73,4 % din consumatori și 72,5 % din vânzători consideră că producția cu denumirea Ursuleț” (***** ») a început să se producă din anii 1990 sau mai devreme ceea ce încă odată denotă că **până la data de 01.01.1991 marca Ursuleț” (*****») a devenit larg recunoscută pe piața autohtonă**, deci, notorie, 69,9 % din consumatori și 70 % din vânzători recunosc denumirea comercială ***** (*****») ca foarte cunoscută sau cunoscută, 82,2 % din consumatori consideră că producția *****” marcată cu denumirea ***** (*****») este de calitate excelentă, foarte bună sau bună, de aceeași părere sunt și 70% din vânzători intervievați, 95% din vânzători și 77,9 % din consumatori cunosc că producția marcată cu denumirea ***** (*****») se fabrică în Republica Moldova, din care 39,6% din consumatori și 92,1% din vânzători au răspuns că producătorul producției cu denumirea ***** (*****») este *****SA.

Astfel, Colegiul atestă că apelanta reclamantă *****” a făcut dovada prezenței criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit. b) art. 325 din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor: marca posedă un grad înalt de

distinctivitate, inerentă sau dobândită ca rezultat al utilizării intensive.

Conform art.25 din Codul de executare, la solicitarea persoanei interesate, **executorul judecătoresc poate constata orice fapt și stare de fapt**, inclusiv în vederea executării încheierii de asigurare a probelor. Constatarea se face printr-un act care are forță probantă. **Faptele constatate prin actul întocmit de executorul judecătoresc pot fi utilizate ca probe în procesul de judecată**. Ele nu necesită a fi probate suplimentar, fiind valabile până la proba contrară.

Potrivit **procesului-verbal de constatare întocmit de către executorul judecătoresc Maxim Romaliischi nr.175-06A din 26 februarie 2019** s-a constatat că pe site-ul www.livejournal.com sunt afișate și publicate etichetele care reprezintă ambalajul bomboanelor „*****” și ***** datate din diferite perioade - 1950, 1960,1990 (f.d.154-158 vol. II).

Prin urmare, din probele enumerate rezultă cert că atât marca comercială verbală cât și marca comercială grafică sus menționate au fost utilizate intensiv de către Fabrica de Cofetărie *****începând cu anii 1950.

Colegiul apreciază critic argumentele instanței de fond precum că OAO «Красный Октябрь» ar deține întâietatea la elementul vechimii mărcii „*****”, pe motiv că ultima ar fi utilizat marca „*****” atât verbală cât și imaginea grafică în 1924, prima înregistrare a mărcii „*****”, atât verbală cât și imaginea grafică, după compania pârâtă fiind datată cu 1926, în acea perioadă nici Republica Moldova decât în componența URSS și nici compania ***** nu exista, fiind fondată în septembrie 1946, la data de 29 noiembrie 1985 pârâta a obținut certificatul nr.78644, eliberat de către *****prin care a fost înregistrat dreptul pârâtei intimată asupra mărcii „*****”, atât verbală cât și imaginea grafică, considerând că înregistrarea este valabilă pe teritoriul întregului spațiu URSS (inclusiv și pe teritoriul RSSM) pentru o perioadă de 10 ani, de la 10 noiembrie 1985 – 10 noiembrie 1995 și ulterior prelungit până la 10 noiembrie 2025, fapt atestat prin certificatele prezentate în dovadă (f.d.23, 28, 32,vol.II).

Or, instanța de fond a omis faptul că în anul 1926, când ***** a înregistrat marca „*****”, teritoriul Republicii Moldova nu a făcut parte din teritoriul Uniunii Sovietice, caz în care efectele acelei înregistrări nu vizează situația din litigiu, unde se discută utilizarea mărcii comerciale grafice pe teritoriul Republicii Moldova, de altfel, instanța de fond nici nu a cercetat careva probe veritabile care ar demonstra și durata mărcii înregistrate în anul 1926, așa cum invocă intimata, în condițiile în care nu este cunoscut până la ce dată a durat acea înregistrare pretinsă.

Totodată, ține de menționat și faptul că Basarabia a intrat în cadrul Uniunii Sovietice abia în anul 1940, în anul 1941 a început al doilea război mondial, care a durat până în 1945, iar în anul 1946 a fost fondată fabrica care a început fabricarea produselor de cofetărie, care ulterior a fost denumită *****.

Astfel, în condițiile în care pe de o parte între *****și *****în acea perioadă a fost imposibilă existența unei concurențe, iar pe de altă din probatoriul administrat în speță lipsesc probe contrare, se poate conchide că pe teritoriul contemporanei Republicii Moldova anume *****a fost prima care a folosit marca „*****” începând cu anii 40-50 ai secolului trecut.

Nu poate fi reținut nici argumentul instanței de fond precum că un titlu de proprietate intelectuală a pârâtei intimat este marca „*****” înregistrată de *****în 1985 și are perioada valabilității până la 2025, or constatarea respectivă denotă ignorarea de către instanța de fond a faptului că mărcile înregistrate în Uniunea Sovietică nu au trecut automat în Registrul național al mărcilor din Republica Moldova, or o astfel de prevedere legală internațională nu există.

Dimpotrivă, actele cauzei denotă că instanța de fond a ignorat cadrul legal care reglementează perioada și procedura de tranziție a mărcilor sovietice în registrul mărcilor autohton prezentat în cadrul dezbaterilor judiciare de către apelantă, or conform Hotărârii Guvernului nr.456 din 26 iulie 1993 cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova (abrogată prin Hotărârea Guvernului RM nr.528 din 01 septembrie 2009), certificatele eliberate pentru mărcile înregistrate până la 14 octombrie 1992 au fost recunoscute ca valabile, dar a fost stabilită procedura de reconfirmare a dreptului mărcii cu păstrarea priorității inițiale conform legislației Republicii Moldova.

Conform pct.85 din Regulamentul provizoriu cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova, adoptat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 456 din 26 iulie 1993 cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova (în vigoare la data de referință, actualmente abrogat), **certificatele de mărci, înregistrate până la 14 octombrie 1992, acordă dreptul titularilor de a solicita înregistrarea mărcii în Republica Moldova și le asigură dreptul de prioritate conform cererilor depuse anterior.** Solicitarea de înregistrare a mărcilor de fabrică, de comerț și de serviciu în Republica Moldova trebuie să fie făcută în termen de 12 luni de la data intrării în vigoare a prezentului Regulament.

Astfel, prin Regulamentul provizoriu cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova nu s-au recunoscut valabile certificatele de mărci înregistrate înainte de 14 octombrie 1992, ci s-a acordat dreptul la prioritate conform cererilor depuse anterior, iar dat fiind faptul că, reînregistrarea certificatului cu nr.de înregistrare 78644 eliberat de ГОСКОМИЗОБРЕТЕНИЙ СССР, cu prioritatea din 29 noiembrie 1985, în termenul stabilit de lege nu a avut loc (până la 30 decembrie 1994 conform Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr. 415 din 13 iunie 1994), certificatul dat nu poate fi aplicat în conformitate cu legislația Republicii Moldova.

Prin urmare, înregistrarea după OAO „*****a mărcii marcă combinate nr.638113 cu transliterare verbală din limba rusă ***** pentru clasa 30 conform clasificării internaționale a mărfurilor de la Nisa – dulciuri, nu poate fi opusă admiterii acțiunii, întrucât chiar și făcând abstracție de la faptul că certificatul dat a fost înregistrat posterior datei de la care se solicită recunoașterea notorietății mărcii, or certificatul în cauză nu a căpătat putere juridică în conformitate cu legislația Republicii Moldova.

Respectiv, în speță, se constată întrunirea criteriilor necesare prevăzute de art.325 din Legea privind protecția mărcilor, cât și corespunderea sondajelor efectuate de SRL “CBS-AXA” în anii 2015 și 2016 parametrilor prevăzuți de art. 326 alin. (3), (4), (5) și (6) din Legea privind protecția mărcilor, pentru recunoașterea notorietății mărcii comerciale grafice sus menționate ca fiind marcă comercială notorie,

De altfel, majoritatea absolută a respondenților au confirmat că cunoaște și consideră denumirea ***** (*****») cunoscută, asociază această denumire cu producătorul de cofetărie fabrica ***** , producția reclamantei apelante marcată cu denumirea ***** (*****») se apreciază ca una de calitate bună, conform raportului de evaluare marca posedă valoare comercială considerabilă.

Concomitent, fidelitatea și recunoașterea de către consumatori a calității produselor de cofetărie cu denumirea ***** cât și imaginea grafică confirmă necesitatea protecției acestora pe teritoriul Republicii Moldova prin recunoașterea notorietății imaginii grafice conform procedurii prevăzute de legislația în vigoare.

De asemenea, se mai reține că, probele prezentate de către *****” (instrucțiuni tehnologice din anii 1964, 1982, 1987, 1993, planuri de producere, etichete și alte documente istorice) atestă că, Fabrica de Cofetărie *****a fabricat producția ***** începând cu anii 1950 și a utilizat intensiv această marcă pe toată perioadă, inclusiv la data recunoașterii notorietății (01 ianuarie 1995).

La materialele cauzei nu au fost anexate careva probe pertinente și veridice, care ar dovedi întreruperea nerezonabilă și îndelungată a procesului de producere de către *****” a producției ***** înainte de anul 1995, iar majoritatea respondenților sondajelor prezentate au confirmat că, au auzit despre marca ***** (*****») în anii 1990 sau mai devreme, ceea ce confirmă utilizarea, inclusiv a mărcii comerciale grafice în cauză de către apelantă în perioada vizată.

Etichetele istorice prezentate (f.d.154-158 vol.II) atestă că înainte de anul 1995 Fabrica de Cofetărie *****aplica pe producție inscripțiile și imaginea grafică ***** (*****»), chiar și în enciclopedia despre Chișinău, editată în 1984, sunt descrise istoria și succesele fabricii de cofetărie de cercetare și experimentare ***** , fabrica devine un participant activ și permanent la concursurile concursurile ”ВДХХ” URSS și ”ВДХХ” RSSM, producția fiind expusă la expozițiile internaționale, inclusiv în afara Uniunii Sovietice: Ungaria, Cehoslovacia,

Republica Democrată Germană, India, Columbia, Mexic, Brazilia ș. a.

Așadar, din materialele dosarului rezultă că, *****” a dovedit că, pe parcursul promovării inclusiv a imaginii comerciale grafice, pe etichetele Fabricii de Cofetărie *****înainte de 01 ianuarie 1995 se aplicau inscripțiile „Ursuleț/*****”, iar majoritatea respondenților au confirmat că, cunosc „Ursuleț/*****” din anii 1990 sau mai devreme.

Având în vedere opinia respondenților, se conchide că, legislația aplicabilă nu interzice recunoașterea notorietății mărcii comerciale grafice în situația în care din prevederile legale rezultă că, pentru examinarea cererilor privind recunoașterea notorietății mărcii, opinia respondenților din sondaj prevalează, circumstanțe de fapt și de drept care nu justifică soluția instanței de fond de respingere a acțiunii, motiv pentru care Colegiul casează integral hotărârea instanței de fond și pronunță o nouă hotărâre de admitere a acțiunii.

În conformitate cu art.385 lit. c) CPC, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ al Curții de Apel Chișinău,

d e c i d e:

Se admite apelul declarat de avocatul ***** în interesele apelantei *****

Se casează integral hotărârea Judecătoriei Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, emisă în cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de ***** către ***** , intervenient accesoriu ***** privind recunoașterea notorietății mărcii comerciale grafice și se pronunță o nouă hotărâre prin care:

Se recunoaște denumirea comercială verbală ***** ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață”.

Se dispune înregistrarea mărcii notorii verbale ***** în Registrul mărcilor notorii al Republicii Moldova după ”SA *****”.

Decizia este definitivă, însă poate fi atacată cu recurs la Curtea Supremă de Justiție în termen de 2 luni de la comunicare, prin intermediul Curții Supreme de Justiție.

Președintele completului
Țurcan Ion

Judecătoria

Malîi Ala

Dulghieru

Dorin

Prima instanță: Judecătoria Chișinău, sediul Centru (Judecător Potînga Iurie)
Dosarul: nr.2ac-660/23 (2-16204448-02-2ac-20112023)

DISPOZITIVUL DECIZIEI

04 aprilie 2024

mun. Chișinău

Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ
al Curții de Apel Chișinău

Instanța compusă din:

Președintele ședinței, judecătorul

Țurcan Ion

Judecătorii

Malîi Ala și Dulghieru Dorin

Grefier

Adam Cristian

examinând în ședință publică cererea de apel declarată de avocatul ***** în interesele apelantei ***** împotriva hotărârii Judecătoriai Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, emisă în cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de ***** către ***** , intervenient accesoriu ***** privind recunoașterea notorietății mărcii comerciale grafice.

În conformitate cu art.385 lit. c) CPC, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ al Curții de Apel Chișinău,

d e c i d e:

Se admite apelul declarat de avocatul ***** în interesele apelantei *****

Se casează integral hotărârea Judecătoriai Chișinău, sediul Centru din 14 iulie 2023, emisă în cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de ***** către ***** , intervenient accesoriu ***** privind recunoașterea notorietății mărcii comerciale grafice și se pronunță o nouă hotărâre prin care:

Se recunoaște denumirea comercială verbală ***** ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1995, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață”.

Se dispune înregistrarea mărcii notorii verbale ***** în Registrul mărcilor notorii al Republicii Moldova după ”SA *****”.

Decizia este definitivă, însă poate fi atacată cu recurs la Curtea Supremă de Justiție în termen de 2 luni de la comunicare, prin intermediul Curții Supreme de Justiție.

Președintele completului
Țurcan Ion

Judecătorii
Malîi Ala

Dorin

Dulghieru