

H O T Ă R Î R E
În numele Legii

03 decembrie 2012

mun. Chișinău

**Curtea de Apel Chișinău (Colegiul Civil și de contencios administrativ
în prima instanță),**

în componența:

Președintele ședinței

L.BULGAC

Grefierul

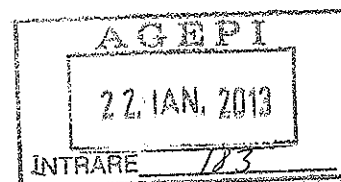
V.Sandu,

examinând în ședința judiciară deschisă cauza ciivlă pornită la cererea Orange Brand Services Limited și ÎM „Orange Moldova” SA împotriva Agenției de Stat Pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova, intervenineți accesorii SRL „ASVOCON” și SRL „Colect Capital Grup”, privind constatarea notorietății mărcii,-

a s t a b i l i t :

La 19.09.2012, reclamantii Orange Brand Services Limited și ÎM „Orange Moldova” SA s-a adresat în judecată cu acțiunea în cauză, solicitând constatarea notorietății mărcii Orange nr. de înregistrare națională 9759 din 23.02.2001 și nr. de înregistrare internațională 702506 din 06.11.1998 pe teritoriul Republicii Moldova, începând cu data de 01.01.2008, și înscrierea de către Agenția de Stat Pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI) a mărcii respective în Registrul mărcilor notorii.

În motivarea pretențiilor înaintate reclamantul a invocat, că, marca combinată, a cărei notorietate este solicitată, reprezintă un pătrat de culoare portocalie (codul culorii: Pantone 151) în care în partea de jos este scris cu alb și minuscule cuvântul „orange” cu setul de caractere Helvetica Neue. Produsele și serviciile pentru care se utilizează marca Orange, conform claselor clasificării internaționale a produselor și a serviciilor sunt: aparate pentru înregistrarea, transmiterea, reproducerea sunetului sau imaginilor, alte suporturi de stocare a datelor, calculatoare, software de calculatoare; fotografiile, articole de birou (cu excepția mobilelor); produse din piele și imitații din piele necuprinse în alte clase, valize, umbrele; îmbrăcăminte, articole care servesc la acoperirea capului; jocuri, jucării, articole de sport necuprinse în alte clase; publicitate; asigurări, afaceri financiare; servicii de instalații; telecomunicații; divertisment, activități sportive și culturale; crearea și dezvoltarea hardware și software de calculator; servicii medicale.



64

În Republica Moldova, marca Orange este protejată prin înregistrările naționale nr. 9759, 16375, 21215, 22671 și înregistrarea internațională nr. 702506. Marca Orange însoțită de alt conținut verbal este protejată prin înregistrările naționale nr. 18806, 20254, 20348, 21285, 22253, 22254, 22445, 22413, 22446. Suplimentar marca Orange face obiectul protecției solicitate prin cererea nr. 030586 depusă pentru clasele 9, 38, 41 CIPS.

Titularul mărcii Orange este compania britanică Orange Brand Services Limited, iar persoana care utilizează această marcă în activitatea sa comercială pe teritoriul Republicii Moldova este Î.M. „Orange Moldova” S.A., în baza contractelor de licență din 19 mai 2006 și la 23 iunie 2010, înregistrate la AGEPI prin deciziile nr. 1235 din 27 mai 2008 și, corespunzător, nr. 1635 din 28 iulie 2010.

Marca Orange se bucură de protecție în alte 45 de state, fiind înregistrate pentru clasele de produse și servicii 5, 9, 16, 18, 25, 35, 36, 37, 38, 41, 42 CIPS. Studiile și cercetările efectuate de către „Marketing Media Index” SRL reprezentant oficial al grupului internațional de cercetări TNS (Taylor Nelson Sofres Group), au constatat că marca Orange este larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova în toate segmentele de public vizat.

Menționează reclamantul, că, Compania „TV MR MLD” SRL, reprezentantul oficial al grupului AGB Nielsen Media Research, a elaborat un raport privind spoturile publicitare ale Î.M. „Orange Moldova” S.A., plasate pe posturile TV din Republica Moldova în perioada 24.04.2007-18.04.2010, conform căruia în perioada respectivă pe toate posturile TV cu emisie în Republica Moldova au fost plasate 118 466 de spoturi publicitare ale produselor și serviciilor ce poartă marca Orange. O mediatizare atât de insistentă a contribuit la cunoașterea și recunoașterea fără echivoc a acestei mărci pe teritoriul Republicii Moldova.

Indică reclamantul, că, marca Orange a fost creată și lansată comercial în 1994 în Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord. Titularul inițial al acesteia a fost compania Orange Personal Communications Services Limited (OPCS), care își desfășura activitatea în calitate de operator de telefonie mobilă. Din 2000, OPCS face parte din grupul internațional de telecomunicații France Telecom, unul dintre liderii mondiali în telecomunicații. Marca Orange a obținut protecție juridică pe teritoriul Republicii Moldova odată cu înregistrarea de către titularul inițial OPCS a mărcii internaționale IR 702506 la 06.11.1998 pentru produsele și serviciile din clasele 09, 38 CIPS. Ulterior au fost înregistrate și alte mărci naționale, fiind extinse și clasele de produse și servicii pentru care marca este protejată în Republica Moldova. Pe teritoriul Republicii Moldova, marca Orange este folosită pe scară largă comercială de Î.M. „Orange Moldova” S.A., începând cu 25.04.2007, în urma semnării la 19.05.2006 a unui contract de licență cu titularul mărcii. Î.M. „Orange Moldova” SA este cel mai mare operator de telefonie mobilă și Internet mobil din Republica Moldova, fiind titular al licenței nr. 024155 de prestare a serviciilor de telefonie celulară mobilă, standardul GSM și a licenței nr.065139 de prestarea serviciilor de telefonie celulară mobilă de generația a treia (3G), eliberate de Agenția Națională pentru Reglementare în Telecomunicații și Informatică, cu peste 2 milioane de utilizatori, inclusiv circa 80 mii utilizatori de Internet mobil prin modem, și cu o cotă de piață de circa 70%. De asemenea, din 01.08.2009 Î.M. „Orange Moldova” SA prestează servicii de

65

telefonie fixă și acces la internet la puncte fixe, iar începând cu 25.04.2007 până în prezent, marca Orange este folosită comercial pe teritoriul Republicii Moldova pe scară largă pentru numeroase produse și servicii incluse în înregistrările internațională și naționale ale acesteia.

Î.M. „Orange Moldova” S.A. prestează servicii de comunicații electronice pe tot teritoriul Republicii Moldova. Actualmente rețeaua GSM Orange are o arie de acoperire de peste 99% din teritoriul și populația Republicii Moldova. La fel, Î.M. „Orange Moldova” S.A. dispune de o rețea de 25 de magazine proprii Orange, 17 magazine-franșiză, 82 magazine-partener, 47 magazine-dealer, care operează sub marca Orange. O gamă largă de produse și servicii sub marca Orange pot fi achiziționate în 1 371 de puncte de vânzare exclusivă și 1 151 puncte de vânzare alternativă, amplasate pe întreg teritoriul Republicii Moldova.

Indică reclamantul că, marca Orange se bucură de un renume mondial fiind unul din brandurile de top în telecomunicații, astfel la finele anului 2007, în lume sub marca Orange erau prestate servicii de comunicații electronice către circa 115 milioane de clienți, inclusiv circa 110 milioane de abonați de telefonie mobilă, ceea ce este al treilea rezultat printre operatorii de telefonie mobilă din Europa. În anul 2006 marca Orange a fost plasată pe locul 60 din cele mai mari 500 branduri de pe glob, iar în anul 2007, în topul mondial al mărcilor comerciale din domeniul telecomunicațiilor marca Orange a ocupat locul 5. Conform Top 100 cele mai puternice mărci din anul 2008 (Top 100 most powerful brands 08) efectuat de Milward Brown Optimor, marca Orange a fost clasată pe locul 50, același top califică marca Orange pe locul 16 între cele de origine europeană și pe locul 5 la categoria Operatori de telefonie mobilă, în iulie 2009 marca Orange se plasa a patra între 50 de mărci globale ale operatorilor din domeniul telecomunicațiilor, iar în 2012 marca Orange se clasează pe locul 31 dintre 500 cele mai scumpe branduri din lume. Marca Orange este un lider mondial în domeniul telecomunicațiilor, dovadă în acest sens sunt premiile pe care le-a obținut de-a lungul anilor de activitate: Premiul Comunicare Globală 2008 la categoria „Cel mai bun operator de telefonie mobilă”. În anul 2009, Orange a fost decernată cu două premii World Communication Awards la categoriile „Cel mai bun prestator de servicii mobile” și „Cel mai bun operator global”. Pentru lansarea în premieră internațională a serviciului Mobile HD Voice în Republica Moldova de către Î.M. Orange Moldova SA, Congresul Mondial al Telefoniei Mobile a acordat premiul la categoria „Cea mai bună descoperire tehnologică în telefonia mobilă” pentru implementarea Mobile High Definition (HD) Voice. La fel, marca Orange a fost decorată la 28.01.2010 de către Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova cu Premiul Mare „Mercuriul de Aur” al concursului „Marca Comercială a Anului 2009” la categoria „Mărfuri și servicii de tehnologie înaltă”. La 03.02.2011, ÎM Orange Moldova SA a obținut în mod repetat Premiul Mare „Mercuriul de Aur”, nominalizarea „Reputație și încredere”, acordat în cadrul concursului „Marca comercială a anului”, organizat de Camera de Comerț și Industrie din Republica Moldova, iar în 2012 „Mercuriul de aur” a fost acordat la nominația „Responsabilă social” la categoria „Mijloace și servicii de telecomunicații”, fiind reconfirmat statutul de cel mai social responsabil operator de telefonie mobilă și internet din Moldova.

Mai menționează reclamantul că, la 25.12.2007 Î.M. Orange Moldova S.A. a înființat Fundația „Orange Moldova” cu scopul de a facilita comunicarea între oameni și a evita excluziunea socială a persoanelor care sunt în dificultate, în special a persoanelor cu dezabilități sau insuficiențe senzoriale, de a susține proiectele care încurajează educația fetelor tinere, în special a celor din medii nefavorabile, și de a sprijini colectivele noi de muzică vocală de diferit gen. Rapoartele de activitate a Fundației „Orange Moldova”, cu descrierea detaliată a proiectelor realizate, sunt accesibile pe pagina web <http://fundatia.orange.md/index.phpD?route=fundatia/information/show&routeid>.

Relevă reclamantii și faptul, că Î.M. Orange Moldova S.A. aduce un aport considerabil în viața culturală a Republicii Moldova, fiind an de an sponsor fidel al concursului muzical Eurovision Moldova și al altor evenimente culturale. La fel de importantă este contribuția Î.M. „Orange Moldova” S.A. în viața sportivă. Compania aduce un aport considerabil la organizarea competițiilor sportive și retransmiterea pe teritoriul Republicii Moldova a unor competiții sportive de anvergură internațională. Mai menționează reclamantul că, în anul 2010 reprezentanții Orange Brand Services Limited au trebuit să apere marca Orange prin opunere la înregistrarea unor mărci similare - mărcii „ORANGE-CITY” depusă de ASVOCON S.R.L și a mărcii Colect Capital Grup S.R.L. La 05.10.2010 AGEPI a respins cererea de înregistrare a mărcii „ORANGE-CITY” depusă de ASVOCON S.R.L., iar la 12.11.2010 a emis avizul provizoriu de respingere a înregistrării mărcii Colect Capital Grup S.R.L. pe motiv că e similară cu mărcile naționale și internaționale ce aparțin Orange Brand Services Limited și licențiate pentru Î.M. Orange Moldova S.A.

Consideră reclamantul că, au fost prezentate suficiente probe care confirmă faptul utilizării pe scară largă a mărcii Orange în Republica Moldova pentru produsele și serviciile pentru care este protejată această marcă în Republica Moldova începând din 25.04.2007. De asemenea, prezentate probe suficiente care confirmă că marca Orange a fost promovată intens pe teritoriul Republicii Moldova și în străinătate și este recunoscută pe larg de segmentul de public vizat, atât de utilizatori cât și de specialiști, ca aparținând Grupului internațional France Telecom/Orange și fiind utilizată de Î.M. Orange Moldova S.A., în calitate de parte a acestui grup, cu mult înainte de data menționată, ceea ce confirmă solicitarea de recunoaștere a notorietății începând cu 01.01.2008. Solicită reclamantul admiterea acțiunii, constatarea notorietății mărcii Orange nr. de înregistrare națională 9759 din 23.02.2001 și nr. de înregistrare internațională 702506 din 06.11.1998 pe teritoriul Republicii Moldova începând cu data de 01.01.2008, înscrierea de către AGEPI a mărcii Orange în Registrul mărcilor notorii.

Ulterior, reclamantii au depus o cerere de modificare a obiectului acțiunii, prin care au solicitat constatarea notorietății mărcii Orange nr. de înregistrare internațională 702506 din 06.11.1998 pe teritoriul Republicii Moldova începând cu data de 01.01.2008 și înscrierea de către AGEPI a mărcii Orange nr. de înregistrare 702506 din 06.11.1998 în Registrul mărcilor notorii, excluzând mențiunea privind nr. de înregistrare națională 9759 din 23.02.2001.

În ședința de judecată reprezentantul reclamantului Orange Brand Services Limited, - Andrei Bivol, împuternicit prin mandat Seria MA nr.0188972 din 09.07.2012 (f.d.16) și reprezentantul reclamantului ÎM „Orange Moldova” SA, -

04

Andrieș Igor, împuternicit prin procura din 04.04.2012 (f.d.92) au susținut acțiunea, au solicitat admiterea acesteia, din motivele invocate în cererea de chemare în judecată.

Reprezentantul Agenției de Stat Pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova, - Dadu Elena, împuternicită prin procura nr.816 din 10.05.2012 (f.d.40), nu a recunoscut acțiunea, a solicitat scoaterea cererii de pe rol și instanței a explicat, că, Orange Brand Services Limited este titularul mărcii internaționale nr. 702506 din 06.11.1998, înregistrată pentru produsele și serviciile din clasele 09, 38 conform Clasificării internaționale a produselor și serviciilor în scopul înregistrării mărcilor (CIPS). Pentru a examina pe deplin și multilateral cererea de constatare a notorietății mărcii, instanța urmează a ține cont de prevederile Legii nr.38/2008 privind protecția mărcilor și Recomandării comune referitor la dispozițiile privind protecția mărcilor notorii, aprobată la Asamblăea Generală a OMPI din 20-29 septembrie 1999, care prevede că marca notorie este o 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. 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 ușor de consumatorul mediu și să aibă o anumită reputație în ce privește calitatea produsului și/sau serviciului. Corespunzător, notorietatea se recunoaște pentru marca real utilizată de producător, în ansamblul ei, dar nu pentru unele elemente ale acesteia. Conform art. 32 al Legii nr.38/2008, în cazul apariției unui conflict referitor la o marcă care este larg cunoscută în Republica Moldova în cadrul unui segment de public vizat, persoana interesată 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 al Republicii Moldova, cererea trebuie să se refere la o singură marcă. Luând în considerație faptul că recunoașterea notorietății mărcii se examinează în procedura civilă contencioasă, reclamantul urmează să-și modifice acțiunea cu indicarea pârîului corespunzător cu care a apărut conflictul referitor la marca sa, din care a reieșit necesitatea recunoașterii notorietății mărcii. La caz, consideră pârîtul că, AGEPI nu poate avea calitatea de pârî, dat fiind faptul că AGEPI nu este subiect al raportului material litigios, iar față de AGEPI nu se invocă careva pretenții. Instanței urmează a-i fi prezentate probe privind existența unei situații conflictuale referitor la marca reclamantului din care a reieșit necesitatea recunoașterii notorietății mărcii, precum și probe ce conțin informații despre factorii în a căror bază se poate face concluzia despre notorietatea semnului. Mai mult, reclamantul trebuie să probeze în fața instanței gradul de cunoaștere a mărcii în cadrul segmentului de public vizat pentru produsele și/sau serviciile cărora li se aplică marca. Notorietatea unei mărci se constată de către instanța de judecată în baza probelor prezentate de solicitant, care trebuie să fie suficiente, concludente și să corespundă anumitor cerințe. Una din probele de bază ce atestă gradul de cunoaștere a mărcii este chestionarul (sondaj de opinie) efectuat în rândul consumatorilor în privința gradului de cunoaștere a mărcii. 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. În cazul din speță instanța de judecată urmează să constate dacă sondajul anexat la cerere satisface criteriilor stabilite conform prevederilor legislației în vigoare. Luînd în considerație faptul că, constatarea notorietății mărcii ține exclusiv de competența instanței de judecată, AGEPI a lăsat la discreția instanței aprecierea faptului dacă marca nr.702506 din 06.11.1998, poate fi recunoscută notorie precum și faptul dacă au fost prezentate suficiente probe în sprijinul acestui fapt.

Pe parcursul examinării cauzei, instanța de judecată a dispus atragerea în proces în calitate de intervenienți accesorii ÎM „Asvocon” SRL și SRL „Colect Capital Grup”, însă fiind legal citați (f.d.44-47), în ședința de judecată nu s-au prezentat și instanța a dispus examinarea pricinii în lipsa acestora.

Judecînd pricina, audiînd părțile și analizînd materialele cauzei, instanța consideră acțiunea întemeiată și pasibilă de admitere integral din următoarele considerente.

La judecarea cauzei s-a stabilit, că, titularul mărcii Orange este compania britanică Orange Brand Services Limited, iar persoana care utilizează această marcă în activitatea sa comercială pe teritoriul Republicii Moldova este Î.M.,„Orange Moldova” S.A., în baza contractelor de licență din 19 mai 2006 și la 23 iunie 2010, înregistrate la AGEPI prin deciziile nr.1235 din 27 mai 2008 și nr.1635 din 28 iulie 2010. Studiile și cercetările efectuate de către „Marketing Media Index” SRL reprezentant oficial al grupului internațional de cercetări TNS (Taylor Nelson Sofres Group), au constatat că marca Orange este larg cunoscută și pe teritoriul Republicii Moldova în toate segmentele de public vizat.

În perioada 12.08.2008-27.08.2008, compania specializată „Marketing Media Index” SRL, a efectuat o cercetare asupra gradului de cunoaștere a mărcii Orange. Această cercetare a constatat că 100% din respondenți, utilizatori și specialiști, au recunoscut marca Orange; 76% din utilizatori și 85% din specialiști au afirmat că acest semn aparține companiei sau grupului Orange; 84% din specialiști și 60% din utilizatori cunoșteau marca Orange de 2-6 ani și mai mult; 77% din utilizatori și 89% din specialiști apreciau marca Orange ca fiind „cunoscut pe larg” și „bine cunoscut”; la fel, 89% dintre respondenții au manifestat o atitudine pozitivă față de produsele și serviciile acestei mărci, dintre care „o atitudine bună” au manifestat 52% din utilizatori și 44% din specialiști, „foarte bună” 23% din utilizatori și 26% din specialiști și „excelentă” 14% dintre utilizatori și 19% dintre specialiști.

Această cercetare a fost efectuată pe un eșantion de 950 de persoane repartizate în două grupuri țintă: utilizatorii telefoniei mobile, cu vârsta 16-55 ani (550 utilizatori, inclusiv 410 din Chișinău și câte 70 din Ungheni și Cahul); și specialiștii în domeniul telefoniei mobile, cu vârsta 16-55 ani (400 specialiști, inclusiv 300 din Chișinău și câte 50 din Ungheni și Cahul). Persoanele date au participat la studiu prin interviuri personale face-to-face.

Conform raportului privind spoturile publicitare ale Î.M.,„Orange Moldova” S.A., plasate pe posturile TV din Republica Moldova în perioada 24.04.2007-18.04.2010, elaborat de compania „TV MR MLD” SRL, reprezentantul oficial al grupului AGB Nielsen Media Research, în perioada respectivă pe toate posturile TV cu emisie în Republica Moldova au fost plasate 118 466 de spoturi publicitare ale produselor și serviciilor ce poartă marca Orange (anexa nr.10, f.d.85-130,vol.

65

II). O mediatizare atât de insistentă a contribuit la cunoașterea și recunoașterea fără echivoc a acestei mărci pe teritoriul Republicii Moldova. Marca Orange a obținut protecție juridică pe teritoriul Republicii Moldova odată cu înregistrarea de către titularul inițial OPCS a mărcii internaționale IR 702506 la 06.11.1998 pentru produsele și serviciile din clasele 09, 38 CIPS. Pe teritoriul Republicii Moldova, marca Orange este folosită pe scară largă comercială de Î.M., „Orange Moldova” S.A., începând cu 25.04.2007, în urma semnării la 19.05.2006 a unui contract de licență cu titularul mărcii.

Serviciile și produsele sub marca Orange ale companiei Î.M. Orange Moldova S.A. începând cu 25.04.2007 sunt: instalarea, operarea, gestionarea și punerea la dispoziție a rețelelor de comunicații electronice mobile și fixe, furnizarea serviciilor de comunicații electronice mobile și fixe, inclusiv acces la Internet (anexa 6, f.d.41-44, vol.II), servicii din domeniul informaticii (anexa 11, f.d.131-133, vol.II); produse și servicii oferite sub marca Orange: Orange Abonament, Orange PrePay, Orange Internet Acum, Orange Internet Acum PrePay, etc; reparația telefoanelor; telefoane, modeme, laptopuri, tablete, cărduri memorie, încărcătoare, difuzoare, căști audio; servicii imprimare foto, articole de birou, agende, calendare, foi cu antet, blocnot, mapă, carte de vizită, set de cărți poștale, etc; huse, genți pentru telefoane, tablete și laptopuri, sac de materie, sac de polietilenă, umbrele; chipiu, tricou, cămașă, scurtă; jocuri electronice; jucării; publicitate TV și stradală, serviciul Orange Publicitate Ta.

Î.M. „Orange Moldova” SA este cel mai mare operator de telefonie mobilă și Internet mobil din Republica Moldova, fiind titular al licenței nr. 024155 de prestare a serviciilor de telefonie celulară mobilă, standardul GSM și a licenței nr.065139 de prestarea serviciilor de telefonie celulară mobilă de generația a treia (3G), eliberate de Agenția Națională pentru Reglementare în Telecomunicații și Informatică (anexa 6, f.d.41-44, vol.II), cu peste 2 milioane de utilizatori, inclusiv circa 80 mii utilizatori de Internet mobil prin modem, și cu o cotă de piață de circa 70%. De asemenea, din 01.08.2009 Î.M. „Orange Moldova” SA prestează servicii de telefonie fixă și acces la internet la puncte fixe, iar începând cu 25.04.2007 până în prezent, marca Orange este folosită comercial pe teritoriul Republicii Moldova pe scară largă pentru numeroase produse și servicii incluse în înregistrările internațională și naționale ale acesteia. Î.M. „Orange Moldova” S.A. prestează servicii de comunicații electronice pe tot teritoriul Republicii Moldova. Actualmente rețeaua GSM Orange are o arie de acoperire de peste 99% din teritoriul și populația Republicii Moldova. La fel, Î.M. „Orange Moldova” S.A. dispune de o rețea de 25 de magazine proprii Orange, 17 magazine-franșiză, 82 magazine-partener, 47 magazine-dealer, care operează sub marca Orange. O gamă largă de produse și servicii sub marca Orange pot fi achiziționate în 1 371 de puncte de vânzare exclusivă și 1 151 puncte de vânzare alternativă, amplasate pe întreg teritoriul Republicii Moldova.

Marca Orange se bucură de un renume mondial fiind unul din brandurile de top în telecomunicații, astfel la finele anului 2007, în lume sub marca Orange erau prestate servicii de comunicații electronice către circa 115 milioane de clienți, inclusiv circa 110 milioane de abonați de telefonie mobilă, ceea ce este al treilea rezultat printre operatorii de telefonie mobilă din Europa. În anul 2006 marca Orange a fost plasată pe locul 60 din cele mai mari 500 branduri de pe glob, iar în

70

anul 2007, în topul mondial al mărcilor comerciale din domeniul telecomunicațiilor marca Orange a ocupat locul 5. Conform Top 100 cele mai puternice mărci din anul 2008 (Top 100 most powerful brands 08) efectuat de Milward Brown Optimor, marca Orange a fost clasată pe locul 50, același top califică marca Orange pe locul 16 între cele de origine europeană și pe locul 5 la categoria Operatori de telefonie mobilă, în iulie 2009 marca Orange se plasa a patra între 50 de mărci globale ale operatorilor din domeniul telecomunicațiilor, iar în 2012 marca Orange se clasează pe locul 31 dintre 500 cele mai scumpe branduri din lume.

Instanța reține că, marca Orange este un lider mondial în domeniul telecomunicațiilor, dovadă în acest sens sunt premiile pe care le-a obținut de-a lungul anilor de activitate: Premiul Comunicare Globală 2008 la categoria „Cel mai bun operator de telefonie mobilă”. În anul 2009, Orange a fost decernată cu două premii World Communication Awards la categoriile „Cel mai bun prestator de servicii mobile” și „Cel mai bun operator global” (anexa 17, f.d.173-175, vol.II). Pentru lansarea în premieră internațională a serviciului Mobile HD Voice în Republica Moldova de către Î.M. Orange Moldova SA, Congresul Mondial al Telefoniei Mobile a acordat premiul la categoria „Cea mai bună descoperire tehnologică în telefonia mobilă” (anexa 17, f.d.173-175, vol.II) pentru implementarea Mobile High Definition (HD) Voice. La fel, marca Orange a fost decorată la 28.01.2010 de către Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova cu Premiul Mare „Mercuriul de Aur” al concursului „Marca Comercială a Anului 2009” la categoria „Mărfuri și servicii de tehnologie înaltă” (anexa 18, f.d.146-184, vol.II). La 03.02.2011, ÎM Orange Moldova SA a obținut în mod repetat Premiul Mare „Mercuriul de Aur”, nominalizarea „Reputație și încredere”, acordat în cadrul concursului „Marca comercială a anului”, organizat de Camera de Comerț și Industrie din Republica Moldova (anexa 18, f.d.146-184, vol.II), iar în 2012 „Mercuriul de aur” a fost acordat la nominația „Responsabilă social” la categoria „Mijloace și servicii de telecomunicații”, fiind reconfirmat statutul de cel mai social responsabil operator de telefonie mobilă și internet din Moldova (anexa 18, f.d.146-184, vol.II).

Î.M. Orange Moldova S.A. aduce un aport considerabil în viața culturală a Republicii Moldova, fiind an de an sponsor fidel al concursului muzical Eurovision Moldova și al altor evenimente culturale. La fel de importantă este contribuția Î.M. „Orange Moldova” S.A. în viața sportivă, compania aducând un aport considerabil la organizarea competițiilor sportive și re-transmiterea pe teritoriul Republicii Moldova a unor competiții sportive de anvergură internațională.

În așa circumstanțe instanța concluzionează, că reclamantul a prezentat suficiente probe care confirmă faptul utilizării pe scară largă a mărcii Orange în Republica Moldova pentru produsele și serviciile pentru care este protejată această marcă în Republica Moldova începând din 25.04.2007. De asemenea, au fost prezentate probe suficiente care confirmă că marca Orange a fost promovată intens pe teritoriul Republicii Moldova și în străinătate și este recunoscută pe larg de segmentul de public vizat, atât de utilizatori cât și de specialiști, ca aparținând Grupului internațional France Telecom/Orange și fiind utilizată de Î.M. Orange Moldova S.A., în calitate de parte a acestui grup, cu mult înainte de data

71
menționată, ceea ce confirmă solicitarea de recunoaștere a notorietății începând cu 01.01.2008.

În contextul celor expuse, conform art.238-242 CPC al RM, instanța

HOTĂRĂȘTE:

Admite acțiunea.

Constată notorietatea mărcii Orange nr. de înregistrare internațională 702506 din 06.11.1998 pe teritoriul Republicii Moldova, începând cu data de 01.01.2008.

Hotărîrea în cauză servește temei pentru înscrierea de către AGEPI a mărcii Orange nr. de înregistrare 702506 din 06.11.1998 în Registrul mărcilor notorii.

Hotărîrea este cu drept de recurs în Curtea Supremă de Justiție a RM în termen de două luni.

Președintele ședinței



L.Bulgac.