

HOTĂRÎRE  
în numele Legii

10 iulie 2018

mun. Chișinău

Curtea de Apel Chișinău

Avînd în componența sa:

Președintele ședinței, judecător

Grefier

Iulia Cimpoi

Daniel Bulgaru

Examinînd în ședință de judecată publică cererea de chemare în judecată depusă de Societatea pe Acțiuni „Bucuria” împotriva OAO „Красный Октябрь”, intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova cu privire la constatarea notorietății mărcii comerciale,

c o n s t a t ă:

La 16 martie 2015 SA „Bucuria” s-a adresat cu cerere de chemare în judecată împotriva OAO „Красный Октябрь”, intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, inițial solicitînd recunoașterea pe titularul fabrica de cofetărie din Moscova OAO „Красный Октябрь” decăzut din drepturile asupra mărcilor neutilizate după cum urmează: cu nr. 844 698 înregistrate din 26 noiembrie 2004 sub denumirea „Коровка” pe produsele din clasa 30 conform clasificăției internaționale pe produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață”; cu nr. 634407 înregistrate din 10 aprilie 1995 sub denumirea „Красная шапочка” pe produsele din clasa 30 conform clasificăției internaționale pe produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață”, precum și încasarea de la pârât a cheltuielilor de asistență juridică.

La data de 26 aprilie 2016, în ședința instanței, reprezentantul SA „Bucuria”, a depus o cerere cu privire la modificarea temeiului și obiectului acțiunii, solicitînd recunoașterea denumirii comerciale verbale „Красная шапочка” / „Scufița Roșie”, executată cu caractere latine și chirilice, ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1991, pentru produsele din clasa 30 conform clasificăției internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață” și a dispune înregistrarea mărcii notorii verbale „Красная шапочка” / „Scufița Roșie” în Registrul mărcilor notorii al Republicii Moldova. Prin încheierea protocolară a Curții de Apel Chișinău din 26 aprilie 2016 instanța de judecată a dispus primirea în procedură a cererii cu privire la modificarea temeiurilor și a obiectului cererii de chemare în judecată.

În susținerea cererii de chemare în judecată privind constatarea notorietății mărcii comerciale „Красная шапочка” / „Scufița Roșie” reclamantul SA „Bucuria” a

indicat că istoria fondării companiei „Bucuria” datează cu anul 1946, când prin hotărîrea Sovietului de Miniştri al RSSM a fost fondată Fabrica nr.1 din Chişinău. În anul 1955, denumirea fabricii a fost schimbată în “Fabrica de cofetărie și macaroane”, iar peste şapte ani, în anul 1962, la denumirea în cauză este adăugată denumirea folosită pînă în prezent – „Bucuria”. Ulterior, în anul 1977 „Bucuria” capătă statutul de întreprindere de cercetare și experimentare, implementînd în procesul tehnologic inovațiile importante pentru ramura cofetăriei la nivelul întregii Uniuni Sovietice, producția Fabricii “Bucuria” și calitatea ei devenind cunoscută mult peste hotarele Moldovei (RSSM). Drept urmare, „Bucuria” a devenit lider în ramură de cofetărie, facînd parte din întreprinderile de producere cele mai importante de pe teritoriul țării noastre pe timpurile Uniunii Sovietice. Fabrica devine un participant activ și permanent la concursurile ВДХХ URSS și ВДХХ RSSM, producția fiind expusă la expozițiile internaționale, inclusiv în afara Uniunii Sovietice. Începînd cu septembrie 1991 fabrica “Bucuria” își schimbă forma organizatorică juridică din întreprindere de stat în întreprindere de arendă. La 28 septembrie 1992, prin acord cu colectivul de muncă și în conformitate cu legislația Republicii Moldova, întreprinderea de arendă „Bucuria” a devenit societate pe acțiuni de tip închis cu capital mixt de stat și privatizat, iar în anul 1994, în conformitate cu legislația Republicii Moldova, SACP „Bucuria” din nou și-a schimbat forma de proprietate – în societate pe acțiuni de tip deschis cu formă privată a capitalului, activînd în această formă organizatorică pînă în prezent. În prezent fabrica „Bucuria” 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 Fabricii pe piață de cofetărie autohtonă constituie aproximativ 40 %. La fel, „Bucuria” SA dispune de rețeaua vastă de distribuire a producției sale pe teritoriu Republicii Moldova care permite de a distribui și comercializa producția aproape în fiecare localitate a țării. Concomitent „Bucuria” 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 “Bucuria” este înregistrată în 47 de țări ale lumii, fiind activ promovată pe piața internațională. Așadar, fabrica „Bucuria” SA a capătat notorietatea și recunoașterea atît în Republica Moldova, cît și peste hotarele ei, iar consumătorii autohtoni și cei de peste hotare asociază producția Fabricii în mod constant cu calitatea înaltă a produselor fabricate. Acest fapt a fost remarcat prin o mulțime de diplome și certificate eliberate companiei.

În activitatea sa „Bucuria” SA utilizează mai multe mărci și denumiri comerciale ale produselor de cofetărie, unele fiind în proces de producție al Fabricii mai mult de 30-50 ani, fiind elaborate și încredințate spre producere de pe timpurile sovietice, în cadrul unui sistem de producere de plan unic. În special, istoria

producerii de către „Bucuria” SA a bomboanelor cu denumire „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” a luat start la Fabrica de cofetărie «Bucuria» înainte de 27 aprilie 1964, dat fiind că la 27 aprilie 1964 la Fabrica de cofetărie și macaroane «Bucuria» deja a fost emisă dispoziția cu privire la reducerea cotei pierderilor în producție a acestor bomboane, la dispoziția menționată se anexează rețetele respective, calculate și semnate de către inginerul-șef și tehnologul superior al Fabricii și aprobate de șef adjunct al unității sovietice “Упрпищепром Совнархоза МССР” V. Vanicikin. În anul 1971 se publică și se aduce la cunoștința conducerii Fabricii, prin intermediul Ministerului republican al industriei alimentare «Сборник рецептур «Рецептуры на конфеты и ирис»», aprobat de către ministrul-adjunct al industriei alimentare URSS S. Brovkin la 30 decembrie 1968, editură «Пищевая промышленность», or. Moscova, 1971. În această ediție a fost inclusă rețeta bomboanelor «Красная шапочка». Ulterior descripția și rețeta de producere a bomboanelor «Красная шапочка» a fost publicată și în volumul «Конфеты», editură «Пищевая промышленность», or. Moscova, 1979. La 28 iunie 1982 ministrul adjunct al industriei alimentare RSSM A.S. Cuharuc a aprobat rețeta bomboanelor «Красная шапочка» în locul celei precedente în legătură cu modificarea proporțiilor materiei prime după etapele de producere și componența semifabricatelor. În anul 1986 se publică și se aduce la cunoștință ministrului industriei alimentare RSSM, și respectiv la cunoștința conducerii „Fabricii Bucuria” cartea de rețete «Рецептуры на конфеты и ирис» în 3 volume, aprobată la 27 februarie 1986 de A.T.Makarov, șeful-adjunct al secției industriei alimentare a Ministerului industriei agricole a URSS: rețeta bomboanelor «Красная шапочка» este redată cu nr. 155 în vol. nr.1 pag. 323. La 02 februarie 1987 șeful-adjunct al direcției generale a industriei alimentare RSSM V. S. Biriucov a aprobat instrucțiunea tehnologică ПЦ-18-МССР-137-87 «Красная шапочка» în conformitate cu normativele progresive de pierderi ale materiei prime în baza scrisorii nr. 603/4-2-330 din 30 iunie 1987 a Ministerului industriei agricole a URSS. Ulterior, instrucțiunea tehnologică privind producerea bomboanelor «Красная шапочка» a fost revizuită de câteva ori prin aprobarea Instrucțiunii ПЦ 255-090-387-1993 de către Ministerul producției agricole, V.I. Buligac (a. 1993), a Instrucțiunii РТ MD-03939686-387-1998 aprobate de directorul general al SA “Bucuria” V. Tarlev (a. 1998) și Instrucțiunea РТ MD-03939686-760-2010 aprobate de directorul general al SA “Bucuria” G. Imbirovșcaia (a. 2010, în vigoare pînă în prezent).

Reclamantul menționează că, avînd ca temei baza normativă expusă mai sus, SA “Bucuria”, mai mult de 50 ani utilizează în activitatea operațională și cu bună-credință produce bomboanele cu aplicarea denumirii «Красная шапочка», care a devenit notorie pe teritoriul Republicii Moldova. În susținerea acțiunii a fost efectuat de către compania autorizată în domeniu „C.B.S. - AXA” SRL studiu sociologic, 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, avînd vîrsta cuprinsă între 18-60 ani. Ca rezultat, în urma sondajului sociologic s-a constatat că:

- 94,6 % din respondenți cunosc denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, 38,9 % din respondenți consideră că marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” este foarte cunoscută, iar 43,3% din respondenți consideră că marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” este cunoscută – astfel se dovedește prezența criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit. lit. a) și c) art. 32<sup>5</sup> 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 sînt implicate produsele și/sau serviciile pentru care se utilizează marca, iar impresia despre nivelul calității produselor și/sau a serviciilor se asimilează cu (se referă la) marca din țară sau de pe piața mondială; marca este larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate;

- 46% din respondenți cunosc denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” din timpul URSS, 20 % - din timpul anilor 90, 24,2 % - din timpul anilor 2000;

- 75,2 % din respondenți au răspuns că consideră că produsele cu denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” se produc în Republica Moldova;

- 72,5 % din respondenți asociază denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” cu producătorul “Bucuria”, astfel se dovedește prezența criteriului de notorietate a mărcii prevăzut de lit b) art. 32<sup>5</sup> din Legea nr. 38/29.02.2008 privind protecția mărcilor: marca posedă un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobîndită ca rezultat al utilizării intensive.

Bazîndu-se pe rezultatele sondajului efectuat de „C.B.S. - AXA” SRL, conform cărora - 46% din respondenți cunosc denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” din timpul URSS, iar 20 % - din timpul anilor 90, reclamantul consideră ca data din care urmează să fie solicitată constatarea faptului notorietății mărcii este 01 ianuarie 1991 (data din care cunosc marca respectivă majoritatea respondenților (66% din respondenți)).

Pe parcursul anului 2015 biroul mandatarilor autorizați „BrevetMarcService”, acționînd din numele fabricii de cofetărie din Moscova “Красный Октябрь” ОАО din Federația Rusă a înaintat un șir de reclamații companiilor ÎM 47-th Parallel SRL, „Linella” SRL, „Green Hills Market”, ÎCS „Metro Cash & Carry Moldova” SRL, cu solicitarea îterzicerii comercializării, păstrării pentru comercializare, producției cu aplicarea denumirii „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, fabricate de alți producători decît fabrica de cofetărie din Moscova “Красный Октябрь” ОАО sau «РотФронт» ОАО. Fiind notificată de magazinele indicate despre pretențiile înaintate de

“Красный Октябрь” ОАО, SA „Bucuria” a aflat că “Красный Октябрь” ОАО este titularul unei înregistrări de marcă internațională nr. 634407 – a unei mărci tridimensionale cu transliterare verbală din limba rusă “KRASNAYA SHAPOTCHKA”, pentru clasa 30 conform Clasificării internaționale a mărfurilor de la Nisa – dulciuri. Conform datelor publice “Красный Октябрь” ОАО a efectuat înregistrarea mărcii respective în Republica Moldova pe cale internațională în 2004, însă doar în anul 2015 a întreprins măsuri în vederea interzicerii utilizării mărcii date tuturor producătorilor autohtoni, inclusiv SA „Bucuria”, astfel a apărut conflict referitor la denumirea comercială, a cărei recunoaștere ca notorie se solicită.

În ședința de judecată reprezentanții SA „Bucuria” Tapalaga Viorica și avocatul Sidorencu Maxim au susținut pe deplin acțiunea și au solicitat admiterea ei ca întemeiată.

Reprezentantul pârâtului ОАО «Московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь» Radu Jigău în ședința de judecată a depus referință (f.d. 152-155, vol. VI) și a solicitat respingerea acțiunii reclamantului ca fiind neîntemeiată. În motivarea poziției sale reprezentantul pârâtului a invocat că ОАО „Красный Октябрь” este o companie ce produce produse de cofetărie care face parte din concernul „Объединенные кондитеры” alături de compania ОАО „Рот Фронт” și „БАБАЕВСКИЙ”. Produsele acestei companii sunt larg cunoscute atât în țara sa de origine cât și în străinătate, inclusiv și pe teritoriul Republicii Moldova. Pârâtul, compania ОАО „Красный Октябрь”, este titulara mărcii „Красная шапочка” înregistrate pentru produsele „dulciuri” din clasa 30 a Clasificatorului Internațional de Produse și Servicii (în continuare CIPS) inclusiv și pe teritoriul Republicii Moldova. La fel, pârâta este titulara dreptului de autor asupra mărcii „Красная шапочка” și a rețetei „Красная шапочка” elaborate de către ea încă în anul 1954, fapt ce se confirmă prin rețeta privind prepararea produselor de cofetărie „Красная шапочка” aprobată de Ministerul Industriei și Produselor Alimentare URSS la 17 august 1954, actele de fabricare și realizare a produselor marcate cu marca „Красная шапочка” începând din anul 1955, publicații efectuate în mass-media etc. La fel, pârâtului îi aparține dreptul de autor asupra etichetei „Красная шапочка” (în partea centrală a etichetei este desenată o copilă cu căciulă roșie iar pe lateral sunt desenate crengi înfrunzite) eticheta fiind elaborată în cadrul întreprinderii în anul 1963 – varianta actuală, iar prima etichetă care la fel este asemănătoare a fost elaborată în anul 1956. Prima înregistrare după pârâtă a mărcii/etichetei „Красная шапочка” a fost făcută de către Comitetul de Stat privind Invențiilor și Inovațiilor URSS la data de 23 august 1991 cu nr. de înregistrare 105541. La fel, pârâta deține dreptul de proprietate asupra mărcii „Красная шапочка” și protecție pe teritoriul Republicii Moldova în baza înregistrării internaționale nr. 634407 din 10 aprilie 1995. Marca „Красная шапочка”, are protecție pe teritoriul Republicii Moldova, înregistrarea, expirând doar la 10 aprilie 2025. Titularul, ОАО „Красный Октябрь”, utilizează

marca „Красная шапочка” pe teritoriul Republicii Moldova fapt care se confirmă prin informația prezentată de Serviciul Vamal, informația prezentată de companiile partenere din Republica Moldova, contractele de livrare a produselor de cofetărie semnate cu companiile naționale SRL „FIDESCO”, SRL „FEREX”, SRL „Шериф”, SRL „Прогресс Инвест”, SRL „DiNova”, SRL „SLAVENA LUX”, declarațiilor vamale, imagini foto etc. Produsele de cofetărie marcate cu marca „Красная шапочка” sunt fabricate de către pârât încă din anul 1955. Până în prezent de către pârât și companiile licențiate ale acestuia au fost produse mai mult de 36002,79 tone de produse de cofetărie marcate cu marca „Красная шапочка”.

În aceste condiții prin acceptarea declarării mărcii „Красная шапочка” notorii după reclamant se va intenta la dreptul de proprietate al titularului mărcilor și a drepturilor conferite de acest statut de titular, drept protejat atât de legile naționale, Constituția Republicii Moldova cât și de tratatele internaționale. Prima înregistrare după pârâtă a mărcii/etichetei „Красная шапочка” a fost pe teritoriului URSS făcută de către Comitetul de Stat privind Invențiilor și Inovațiilor URSS (ГОСКОМИЗОБРЕТЕНИЙ СССР) la data de 23 august 1991 cu nr. de înregistrare 105541. Iar dreptul de autor, pârâtul, l-a dobândit încă în anul 1954 atunci când a elaborat și a pus în utilizare rețeta „Красная шапочка” și a elaborat eticheta „Красная шапочка”. Fapt ce se confirmă prin rețeta privind prepararea produselor de cofetărie „Красная шапочка” aprobată de Ministerul Industriei și Produselor Alimentare URSS la 17 august 1954, actele de fabricare și realizare a produselor marcate cu marca „Красная шапочка” începând din anul 1955, publicații efectuate în mass-media etc. Menționează că instituția ГОСКОМИЗОБРЕТЕНИЙ СССР era o instituție similară actualului AGEPI care în perioada existenței spațiului URSS efectua înregistrări a obiectelor de proprietate intelectuală și industrială, iar potrivit prevederilor Hotărârii Guvernului Republicii Moldova „Cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova Nr.456 din 26.07.93” toate certificatele de înregistrare a mărcilor eliberate în perioada existenței spațiului URSS își continuă efectul până la data indicată în certificatele eliberate, în speță până la 23 august 2001. Solicită respingerea acțiunii în temeiul art. 32<sup>6</sup> alin.(7) lit.b) din Legea nr. 38 din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, nu poate fi constatată notorietatea mărcii în cazul în care 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.

Reprezentantul AGEPI Elena Dadu în ședință de judecată, a depus referință (f.d. 228 vol. V), prin care AGEPI lasă la discreția instanței aprecierea faptului dacă marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, poate fi recunoscută notorie, după „BUCURIA” S.A., din data de 01 ianuarie 1991, precum și aprecierea faptului dacă

au fost prezentate suficiente probe în sprijinul cererii privind recunoașterea notorietății acesteia.

Audiind explicațiile participanților la proces, apreciind argumentele întru susținerea pretențiilor formulate și ținând cont de probatoriul administrat în raport cu prevederile legale care guvernează litigiul din speța, instanța de judecată ajunge la concluzia de a admite cererea de chemare în judecată ca fiind întemeiată reieșind din următoarele considerente.

În conformitate cu art. 118 alin (1) Cod de procedură civilă, fiecare parte trebuie să dovedească circumstanțele pe care le invocă drept temei al pretențiilor și obiecțiilor sale dacă legea nu dispune altfel.

Dispozițiile art. 130 alin (1) Cod de procedură civilă prevăd, că instanța judecătorească apreciază probele după intima ei convingere, bazată pe cercetarea multiaspectuală, completă, nepărtinitoare și nemijlocită a tuturor probelor din dosar în ansamblul și interconexiunea lor, călăuzindu-se de lege.

În conformitate cu art. 121 Cod de procedură civilă, instanța judecătorească reține spre examinare și cercetare numai probele pertinente care confirmă, combat ori pun la îndoială concluziile referitoare la existența sau inexistența de circumstanțe, importante pentru soluționarea justă a cazului.

Convenția de la Paris pentru Protecția Proprietății Industriale din 20 martie 1883 (cu modificările și completările ulterioare), în art. 6 bis statuează că Țările Uniunii se obliga, fie din oficiu dacă legislația țării o ingaduie, fie la cererea celui interesat, să refuze sau să invalideze înregistrarea și să interzică folosirea unei mărci de fabrică sau de comerț care constituie o reproducere, imitație sau traducere, putînd crea confuzie, a unei mărci pe care autoritatea competentă a țării de înregistrare sau de folosire o va considera că este notoriu cunoscută ca fiind deja marca unei persoane admise să beneficieze de prezenta Convenție și ca fiind folosită pentru produse identice sau similare.

Acordul privind Aspectele Drepturilor de Proprietate Intelectuală legate de comerț (Acordul TRIPS) din 15 aprilie 1994, art. 16 alin (2) prevede că, articolul 6 bis al Convenției de la Paris (1967) se va aplica, mutatis mutandis, serviciilor. Pentru a se stabili dacă o marcă de fabrică sau de comerț este notoriu cunoscută, membrii vor ține seama de notorietatea acestei mărci în cadrul segmentului de public respectiv, inclusiv de notorietatea în Membrul în discuție, obținută ca urmare a promovării acestei mărci.

Instanța de judecată reține recomandările OMPI cu privire la protecția mărcilor notorii, aprobate de către Asambléa Uniunii de la Paris din 29 septembrie 1999, care stabilesc în art. 2 litera (b) factorii, în baza cărora instanța poate decide, dacă marca este notorie sau nu. În special, se va examina: gradul de cunoaștere a mărcii, într-un segment corespunzător al societății, perioada utilizării, precum și aria geografică, unde a fost utilizată marca, perioada și aria geografică, în care s-au desfășurat oricare

activității de promovare a mărcii, inclusiv reclama și prezentarea la expoziții a mărfurilor și serviciilor, pentru care este folosită marca, perioada și regiunea pentru care a fost înregistrată marca sau au fost depuse cereri pentru înregistrare, în măsura în care acestea reflectă utilizarea și cunoașterea mărcii, materiale prin care se demonstrează utilizarea cu succes a mărcii, valoarea acestei mărci.

Conform art. 2 din Legea Republicii Moldova nr. 38/2008 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.

Dispozițiile art. 32<sup>1</sup> din Legea Republicii Moldova privind protecția mărcilor prevăd că 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.

Articolul 32<sup>2</sup> alin (1) din Legea Republicii Moldova privind protecția mărcilor prevede că 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 art. 32<sup>5</sup> alin (1) din Legea Republicii Moldova 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 sînt implicate produsele și/sau serviciile pentru care se utilizează marca, iar impresia despre nivelul calității produselor și/sau a serviciilor se asimilează cu (se referă la) marca din țară sau de pe piața mondială;

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

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



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

Iar, alin. (2) al aceluiași articol prevede că la adoptarea hotărârii de constatare a notorietății mărcii pe lângă criteriile nominizate la alin. (1), pot fi luate în considerație și alte criterii relevante pentru o marcă notorie.

Astfel, notorietatea unei mărci se constată de către instanța de judecată în baza probelor prezentate de solicitant, la caz de către reclamantul SA "Bucuria", care trebuie să fie suficiente, concludente și să corespundă anumitor cerințe.

Or, 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.

Cerințele față de sondaj, elaborate în conformitate cu Recomandarea OMPI sunt prevăzute la art. 32<sup>6</sup> alin. (3), (4), (5) și (6) al Legii nr. 38/2008.

Potrivit dispozițiilor alin (1) art. 32<sup>6</sup> din Legea privind protecția mărcilor, la examinarea cererii de constatare a notorietății mărcii se verifică datele prezentate conform prevederilor alin. (3), (4), (5) și (6) al Legii nr. 38/2008. Alin. (3) al aceluiași articol prevede că 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.

Alin. (4) al art. 32<sup>6</sup> al Legii enunțate prevede că 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 respective.

Iar, alin. (5) din același articol stipulează că, 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.

Alin (6) al art. 32<sup>6</sup> din Legea privind protecția mărcilor, prevede că 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.

Instanța de judecată reține că în vederea efectuării sondajelor, legea indică drept criteriu "segmentul de public vizat", prin această sintagmă având-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 ori de către persoanele implicate în asigurarea rețelilor de distribuție, ori de cercurile de afaceri în care sînt implicate produsele și/sau serviciile pentru care se utilizează marca;

Să posede un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobîndită 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.

Corespunzător, instanța de judecată în speță constată dacă probele anexate la cerere corespund criteriilor stabilite conform prevederilor legislației în vigoare enunțate supra.

La fel, instanța de judecată ține cont că, conform alin. (7) art. 32<sup>6</sup> din Legea privind protecția mărcilor nr. 38/2008, 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.

Raportând dispozițiile normelor de drept citate supra, instanța de judecată constată că reclamantul SA "Bucuria" a prezentat probe pertinente care atestă că mărca verbală „Красная шапочка” / „Scufița Roșie” corespunde criteriilor legale stabilite pentru recunoașterea notorietății mărcii și nu există careva temeiuri legale prevăzute de art. 32<sup>6</sup> alin. (7) lit. b) din Legea nr. 38 din 29 februarie 2008, invocate de pârât pentru respingerea acțiunii privind notorietatea mărcii reieșind din considerentele ce succed.

În speță, instanța reține că la materialele cauzei sunt anexate mai multe reclamații înaintate de către OAO „Красный Октябрь” reclamantului "Bucuria" SA, dar și rețelilor de magazine, privind încetarea utilizării mărcii "Scufița Roșie",

invocînd lezarea dreptului exclusiv al titularului ОАО „Красный Октябрь” asupra mărcii internaționale combinate nr. 634407 din 10 aprilie 1995 «Красная шапочка», cu prioritate din 29 octombrie 2004, iar existența unui conflict referitor la marcă în sensul art. 32<sup>2</sup> din Legea Republicii Moldova nr. 38/2008 privind protecția mărcilor a fost recunoscută de ambele părți în proces.

Or, materialele cauzei atestă că prin ordinul Ministerului Industriei Alimentare RSSM nr. 1153 din decembrie 1950 s-a dat în exploatare Fabrica de Cofetărie nr.2 din Chișinău (f.d. 90, vol. VI), iar prin ordinul Ministerului Industriei Alimentare 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. VI). Ulterior, conform ordinului Ministerului Industriei Alimentare RSSM nr. 406 din 26 octombrie 1970 fabricii i s-a atribuit denumirea - Fabrica de Cofetărie “Bucuria”. Prin contractul de constituire a societății pe acțiuni “Bucuria” din 28 septembrie 1992 se dovedește faptul că Fabrica “Bucuria” a fost reorganizată în societate pe acțiuni, însă conform pct. 1.6. al contractului de constituire societatea nou fondată se consideră succesori în drepturi al întreprinderii de arendă “Bucuria”. (f.d. f.d. 10, 11, vol. VI). Prin urmare, instanța constată că în speță s-a probat faptul că societatea pe acțiuni “Bucuria” este succesori în drepturi al întreprinderii de arendă și a întreprinderii de stat Fabrica de Cofetărie “Bucuria”.

La fel, instanța de judecată reține că perioada de utilizare a mărcii „Красная шапочка” / „Scufița Roșie” se confirmă prin probe documentare, printre care sunt actele tehnologice care au constituit baza normativă sau actele ce confirmă fabricarea producției cu desemnare „Красная шапочка” / „Scufița Roșie”: diplomă de onoare din 17 aprilie 1957 din cartea de onoare a Fabricii de Cofetărie din Chișinău pe numele brigadierului Tatarinov A., care a însușit producerea bomboanelor „Красная шапочка” (f.d. 86-87, vol. VI), dispoziția directorului Fabricii “Bucuria” din 27 aprilie 1964 privind reducerea cotei pierderilor în proces de fabricare a producției „Красная шапочка” și rețetura bomboanelor „Красная шапочка” (f.d. 69, 71 vol. VI), rețetura bomboanelor „Красная шапочка” a Fabricii “Bucuria”, aprobată de Ministerul industriei alimentare a RSSM la 28 iunie 1982 (f.d. 58, vol. VI), calculul de normative a mijloacelor circulante în proces de producere aprobat la Fabrica “Bucuria” în anul 1985 (f.d. 106-114, vol VI), rețetura bomboanelor „Красная шапочка” a Fabricii “Bucuria”, aprobată de Ministerul industriei alimentare a RSSM la 02 februarie 1987 (f.d. 74, vol. VI), scrisoarea Ministerului Industriei Alimentare a Republicii Moldova nr. II/I-22-309 din anul 1993 privind permisiunea traducerii denumirilor produselor de cofetărie în limbă de stat (f.d. 36, vol IX), rețetura bomboanelor „Scufița Roșie” a Fabricii “Bucuria”, aprobată de Ministerul industriei alimentare a Republicii Moldova la 20 ianuarie 1993 (f.d. 64, vol. VI), rețeta bomboanelor „Scufița Roșie” a Fabricii “Bucuria”, aprobată de directorul general al SA Bucuria Tarlev V. în anul 1998 (f.d. 63, vol. VI), rețeta bomboanelor „Scufița

Roșie” a Fabricii “Bucuria”, aprobată de directorul general al SA Bucuria Imbirovscaia G. din 01 iunie 2010 (f.d. 62, vol. VI). De asemenea, instanța constată că la dosar s-au prezentat actele de producere a bomboanelor „Красная шапочка” / „Scufița Roșie”, cum ar fi planul de producție al Fabricii “Bucuria” pentru anul 1965 (f.d. 88-99, vol VI), planul de producție al Fabricii “Bucuria” pentru anul 1970 (f.d.100-104 vol. VI), acordul de muncă privind elaborarea etichetei „Красная шапочка” pe perioada anilor 1991-1993 (f.d. 232, 234 vol. VI), planul tehnic și de producție al Fabricii “Bucuria” pentru anul 1975 (f.d.1-5 vol. IX), proiect de lucru privind extinderea Fabricii “Bucuria” din anul 1992 (f.d. 6-16 vol. IX). În afara celor menționate reclamantul a mai prezentat probe ca cataloguri de prețuri, contracte, facturi, declarații vamale, documentele privind participarea la expoziții pe perioada anilor 1998-2015 (f.d. 130-184 vol. VI). Totodată instanța constată că reclamantul a prezentat dovada că actele de arhivă (inclusiv contracte, facturi, acte de producere, operații de casă) pe perioada înainte de anul 1991 au fost nimicite, fapt confirmat prin permise eliberate de Serviciul de Arhivă (f.d. 100-149, vol VII, f.d. 64-88, vol IX).

În speță, s-au mai prezentat ca probe etichetele bomboanelor cu inscripțiile „Красная шапочка”, “Скуфицэ Рошие” și „Scufița Roșie” pentru diferitele perioade de utilizare (f.d. 105-107, vol II, f.d. 76-79, 84,85 vol. VI, f.d. 123, 124 vol IX), iar prin procesul-verbal de constatare întocmit de către executorul judecătoresc Romaliischi Maxim nr.175-05A din 27 februarie 2018 s-a constatat că pe pagina de internet “locals.md” este publicată eticheta istorică a Fabricii de Cofetărie și Macaroane din 04 iunie 1957 (f.d. 120 – 122, vol IX).

Conform art. 25 din Codul de Executare al Republicii Moldova, 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 pînă la proba contrară.

Prin urmare, instanța reține că din probele enumerate mai sus rezultă cert că denumirea „Красная шапочка”/„Scufița Roșie” a fost utilizată intensiv de către Fabrica de Cofetărie “Bucuria” începînd cu anii 1950, fiind promovată pe teritoriul Republicii Moldova.

Concomitent instanța de judecată apreciază că marca „Красная шапочка”/„Scufița Roșie” posedă valoare comercială, fapt confirmat prin raportul de evaluare nr. 0077 din 29 iunie 2016 întocmit de ÎI „Svetlana Albu”, care constată că valoarea mărcii „Красная шапочка”/„Scufița Roșie” la 01 aprilie 2016 a constituit 691,5 mii lei sau 31 mii euro (f.d. 25-89, vol. VII).

Mai mult, din raportul “Percepții cu privire la mărcile de bomboane”, privind sondajul executat de SRL “CBS-Axa” în martie 2015 (f.d. 219-230, vol VIII) în 5 magazine din localitățile Republicii Moldova (din nordul, centrul și sudul Republicii

Moldova, inclusiv mun. Chișinău) pe un eșantion de 1003 respondenți, avînd vîrsta cuprinsă între 18-60 ani, rezultă că 94,6 % din respondenți cunosc denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, 38,9 % din respondenți consideră că marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” este foarte cunoscută, iar 43,3% din respondenți consideră că marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” este cunoscută; 46% din respondenți cunosc denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” din timpul URSS, 20 % - din timpul anilor 1990, 24,2 % - din timpul anilor 2000; 75,2 % din respondenți au răspuns că consideră că produsele cu denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” se produc în Republica Moldova; 72,5 % din respondenți asociază denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” cu producătorul “Bucuria”.

De asemenea, din raportul “Percepția consumătorului privind mărcile de bomboane” (f.d. 11-24, vol. VII) privind sondajul executat de SRL “CBS-AXA” în iunie 2016 arată că: 64,2 % din consumători și 77,1 % din vînzători au auzit despre marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” în anii 1990 sau mai devreme; 76,4 % din consumători și 81,3% din vînzători consideră că producția cu denumirea „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” a început să se producă din anii 1990 sau mai devreme; 79,3 % din consumători și 89,6 % din vînzători recunosc denumirea comercială „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” ca foarte cunoscută sau cunoscută; 82,6 % din consumători consideră că producția SA „Bucuria” marcată cu denumirea „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” este de calitate excelentă, foarte bună sau bună, de aceeași părere sunt și 86,6% din vînzători-respondenți; 97,9% din vînzători și 86,1 % din consumători cunosc că producția marcată cu denumirea „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” se fabrică în Republica Moldova, 93,3% din consumători și 97,9% din vînzători au răspuns că producătorul producției cu denumirea „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” este “Bucuria”.

Subsidiar, instanța constată că rapoartele privind sondajele executate de „CBS-Axa” SRL în anii 2015 și 2016 pentru realizarea unei cercetări sociologice tematice-notorietatea mărcilor „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” în ședința instanței din 13 decembrie 2017 au fost susținute pe deplin de specialistul în domeniu Vasile Cantaraji (f.d. 9-12, vol. X).

Astfel, analizând în cumul probele prezentate de către reclamant în susținerea acțiunii sale și apreciindu-le în conformitate cu art. 130 alin. (1) CPC, instanța de judecată ajunge la concluzie că este dovedită utilizarea intensivă de către reclamantul SA „Bucuria” pe teritoriul Moldovei a mărcii „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” în activitatea sa, încît la data de la care se solicită recunoașterea notorietății mărcii – 01 ianuarie 1991, marca în cauză, a devenit cunoscută pe larg printre consumătorii autohtoni, fapt demonstrat, printre altele, și de rapoartele privind sondajele efectuate de SRL “CBS AXA” în anii 2015 și 2016.

Respectiv, în speță instanța constată întrunirea criteriilor necesare pentru recunoașterea notorietății mărcii verbale „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” prevăzute de art. 32<sup>5</sup> din Legea Republicii Moldova privind protecția mărcilor, cât și corespunderea sondajelor efectuate de SRL “CBS-AXA” în anii 2015 și 2016 parametrilor prevăzuți de art. 32<sup>6</sup> alin. alin. (3), (4), (5) și (6) din Legea privind protecția mărcilor, motiv din care acțiunea reclamantului instanța o apreciază ca fiind întemeiată.

Totodată, instanța de judecată apreciază drept neîntemeiate obiecțiile reprezentantului pîrîtului OAO „Красный Октябрь” formulate împotriva acțiunii, or, acestea nu se încadrează în prevederile invocate la art. 32<sup>6</sup> alin. (7) lit. b) din Legea Republicii Moldova privind protecția mărcilor reieșind din următoarele motive.

Analizând argumentul reprezentantului pîrîtului OAO „Красный Октябрь” privitor la înregistrarea după OAO „Красный Октябрь” a mărcii/etichetei „Красная шапочка” de către Comitetul de Stat privind Invențiile și Inovațiile URSS la data de 23 august 1991 cu nr. de înregistrare 105541 (f.d. 156 vol. VII), instanța de judecată concluzionează că această înregistrare nu poate fi opusă admitterii acțiunii, întrucît chiar și făcînd abstracție de la faptul că certificatul dat a fost înregistrat posterior datei de la care se solicită recunoașterea notorietății mărcii, certificatul în cauză nu a capătat putere juridică în conformitate cu legislația Republicii Moldova. Conform pct. 85 din Regulamentul provizoriu cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova, adoptat prin Hotărîrea 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 pînă 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, adoptat prin Hotărîrea Guvernului Republicii Moldova nr. 456 din 26 iulie 1993 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 105541 eliberat de Comitetul de Stat privind Invențiile și Inovațiile URSS în termenul stabilit de lege nu a avut loc (pînă la 30 decembrie 1994 conform Hotărîrii Guvernului Republicii Moldova Nr. 415 din 13 iunie 1994), certificatul dat nu poate fi aplicat în conformitate cu legislația Republicii Moldova.

În aceeași ordine de idei, instanța de judecată respinge și afirmația pîrîtului precum că în cazul admitterii acțiunii, pîrîtul ca titular al înregistrării internaționale nr.

634407 din 10 aprilie 1995 va fi lezat în drepturi asupra mărcii combinate „Красная шапочка”. Or, în situația în care reclamantul a dovedit că marca a cărei recunoaștere a notorietății se solicită, a devenit notorie înainte de 01 ianuarie 1991, iar marca „Красная шапочка” a pîrîtului este înregistrată cu prioritate din 29 octombrie 2004, data depunerii cererii privind extinderea înregistrării internaționale nr. 634407 din 10 aprilie 1995 pe teritoriul Republicii Moldova, drepturile pîrîtului asupra mărcii „Красная шапочка” nu pot constitui temei pentru respingerea revendicării reclamantului. Respectiv, alegațiile pîrîtului privitor la respingerea acțiunii în temeiul art. 32<sup>6</sup> alin (7) lit b) din Legea Republicii Moldova nr. 38/2008 privind protecția mărcilor, instanța le respinge ca fiind neîntemeiate, fără suport probator și fără suport legal.

De asemenea, instanța apreciază critic argumentul pârâtului precum că pîrîtului îi aparține dreptul de autor asupra etichetei „Красная шапочка”, or imaginea grafică din etichetă sau rețeta de producere, nu constituie obiectul cererii reclamantului, fiind solicitată recunoașterea notorietății mărcii verbale, a cărei reproducere a fost anexată la cererea depusă și se regăsește în materialele cauzei (f.d.75, vol VI). Ca urmare, dreptul de autor asupra etichetei sau asupra unor rețete nu poate fi opus recunoașterii notorietății mărcii reclamantului.

În circumstanțele expuse supra și prin prisma probelor administrate la dosar, instanța de judecată consideră că este neîntemeiat argumentul pîrîtului că reclamantul nu a dovedit utilizarea intensivă de către reclamant a mărcii „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” la data de la care s-a cerut recunoașterea notorietății – 01 ianuarie 1991, or, probele prezentate de către “Bucuria” SA (instrucțiuni tehnologice din anii 1964, 1982, 1987, 1993, planuri de producere, etichete și alte documente istorice) atestă că Fabrica de Cofetărie “Bucuria” a fabricat producția „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” începînd cu anii 1950, și a utilizat intensiv această marcă pe toată perioadă, inclusiv la data recunoașterii notorietății. Instanța menționează că careva probe pertinente și veridice care ar dovedi întreruperea nerezonabilă și îndelungată a procesului de producere de către “Bucuria” SA a producției „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” înainte de anul 1991, pîrîtul instanței nu a prezentat, iar majoritatea respondenților sondajelor prezentate au confirmat că au auzit despre marcă „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” în anii 1990 sau mai devreme, ceea ce confirmă utilizarea mărcii în cauză de către reclamant în perioada vizată.

Nu și-a găsit confirmare nici argumentul pîrîtului precum că nu s-a dovedit că Societatea pe acțiuni “Bucuria” este succesor în drepturi a Fabricii de Cofetărie “Bucuria”, întrucît la materialele cauzei este anexat contractul de constituire din 28 septembrie 1992, (f.d. 10, 11, vol. VI), care în pct. 1.6. indică că Societatea pe acțiuni “Bucuria” este succesorul în drepturi al Întreprinderii de arendă “Bucuria”, adică se confirmă legătură de succesiune între Societatea pe acțiuni “Bucuria” și formele organizatorice istorice ale Fabricii de Cofetărie “Bucuria”.



În aceeași măsură instanța consideră că nu corespunde realității nici argumentul pîrîtului precum că la data de 01 ianuarie 1991 marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” nu a existat, or, etichetele istorice prezentate (f.d.105, vol II, f.d. 77,78,84 vol. VI, f.d. 124 vol. IX), atestă că înainte de anul 1991 Fabrica de Cofetărie “Bucuria” aplica pe producție inscripțiile “Красная шапочка”/ „Скуфицэ Рошие”, iar conform scrisorii Centrului de Terminologie din 01 februarie 2018 (f.d. 131, vol. VIII) se atestă că secvența “Scufița Roșie” este varianta românească identică cu secvența “Скуфица Рошие”, cu excepția caracterelor grafice.

Instanța respinge argumentul pîrîtului privind inadmisibilitatea recunoașterii notorietății mărcii „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” cu referire la pct.9 din Regulamentul privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a mărcilor aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 488 din 13 august 2009, potrivit căreia nu se admite includerea traducerii semnului verbal în două sau mai multe limbi în cadrul aceleiași mărci, cu excepția cazurilor în care traducerea constituie un semn integrat în cadrul mărcii combinate. Instanța în speță reține că reclamantul a dovedit că pe parcursul promovării mărcii „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” pe etichetele Fabricii de Cofetărie “Bucuria” înainte de 01 ianuarie 1991 se aplicau inscripțiile “Красная шапочка Скуфицэ Рошие”, iar majoritatea respondenților au confirmat că cunosc „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” din anii 1990 sau mai devreme. Avînd în vedere opinia respondenților, instanța conchide că legislația aplicabilă nu interzice recunoașterea notorietății mărcii „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, în situația în care din prevederile legale rezultă că pentru examinarea cererilor privind recunoașterea notorietății mărcii opinia respondenților din sondaj prevalează.

Cît privește obiecțiile pîrîtului asupra rapoartelor privind sondajele efectuate de SRL “CBS AXA” în anul 2015 și 2016, instanța menționează că veridicitatea acestor rapoarte nu a fost combătută de către pîrît, care nu a adus instanței în calitate de contraprobă vreun sondaj alternativ. În ședința de judecată a fost audiat specialistul companiei sociologice SRL “CBS AXA” Vasile Cataraji care a dat răspunsuri la întrebările reprezentantului pîrîtului privind modalitatea de întocmire a chestionarilor pentru efectuarea sondajului și întocmirea rapoartelor prezentate. La fel, instanței de judecată i-au fost prezentate speciamentele chestionarilor care s-au utilizat la efectuarea sondajelor, dar și nota explicativă din 16 mai 2018 întocmită de SRL “CBS AXA” (f.d. 216 vol. VIII). Potrivit acestora se confirmă faptul că în cadrul sondajelor respondenților li s-au pus întrebări privind marca „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, iar pentru reflectarea rezultatelor sondajelor în rapoarte s-au utilizat denumirile prescurtate în limbă română, ceea ce nu influențează corectitudinea rezultatelor totalizate prin rapoartele întocmite.

De asemenea, instanța apreciază critic alegațiile pîrîtului referitoare la contradictorialitatea datelor desprinse din sondajul de opinie efectuat în anul 2016, anexat la cauză (f.d. 11-24, vol. VII). La concret, reprezentantul pîrîtului Radu Jigău,



inter alia, susține că întrucât 30,2% dintre respondenții sondajului sunt persoane cu vârsta cuprinsă între 30-44 ani, în anul 1991 aceștia aveau între 8-19 ani, iar în virtutea vârstei nu puteau participa activ la circuitul comercial. În aceste condiții, reprezentantul pîrîtului pretinde că respondenții nu puteau cunoaște despre produsele de cofetărie fabricate de către Întreprinderea de Stat Fabrica de cofetărie și macaroane „Bucuria”. Critica respectivă este nefondată, or, potrivit art.14 alin. (2) Cod civil în redacția din 1964 (actualmente abrogat, în vigoare la momentul solicitării constatării faptului notorietății mărcii – 01 ianuarie 1999), minorii, care n-au împlinit vârsta de cincisprezece ani, au dreptul să încheie singuri mici convenții ce țin de viața de toate zilele. De altfel, corespondente legale ale acestor prevederi le atestăm și în Codul civil în vigoare în redacția din anul 2002. Astfel, potrivit art. 22 alin.(2) lit.a) Cod civil, minorul în vîrstă de la 7 la 14 ani este în drept să încheie de sine stătător, printre altele, acte juridice curente de mică valoare care se execută la momentul încheierii lor. Bineînțeles, aceste prerogative sunt recunoscute și minorilor care au împlinit vârsta de 14 ani, fapt reglementat expres prin art. 21 alin.(2) lit.d) Cod civil al Republicii Moldova. Prin urmare, instanța reține că alegațiile reprezentantului pîrîtului în raport cu critica invocată sunt defectuoase, dat fiind participarea acestor respondenți la circuitul economic în virtutea dispozițiilor legale, care conferă prerogativa minorilor de a încheia singuri mici convenții ce țin de viața de toate zilele. Or, nu se poate nega că procurarea bomboanelor reprezintă una dintre varietățile încheierii unor acte juridice (convenții) mici ce țin de viața cotidiană. Instanța ia în calcul și faptul că anume această categorie de respondenți sunt cei mai învederați consumatori de bomboane, în virtutea statutului lor de copil, dar îndeosebi reieșind din imaginea imprimată care însoțește marca comercială a cărei notorietăți este solicitată a fi constatată, fiind un personaj arhicunoscut, desprins din povestea pentru copii de Frații Grimm „Scufița Roșie”.

Deasemenea, reprezentantul pîrîtului Radu Jigău contestă credibilitatea sondajului efectuat în anul 2016 pentru constatarea notorietății mărcii, în legătură cu o altă categorie de respondenți, și anume în raport cu persoanele cu vârsta cuprinsă între 18-29 ani (40,6% dintre respondenții sondajului), care în anul 1991 aveau vârsta între 0-5 ani sau nu erau încă născuți. Dimpotrivă, selectarea acestei categorii de respondenți diminuează procentajul de cunoaștere a mărcii, ceea ce este în defavoarea reclamantului, fapt ce denotă și o nepărtinire în selectarea categoriilor de respondenți de către compania sociologică SRL “CBS AXA”. În raport cu ultima categorie de respondenți, instanța relevă că chiar dacă aceștia nu aveau aptitudinea de a procura produse de mică valoare precum bomboane, în virtutea vârstei fragede (de exemplu copii între 2-5 ani), ei nu pot fi excluși definitiv și necondiționat din conceptul de „segment de public vizat”. Or, în acord cu art.32<sup>2</sup> alin.(1) în coraport cu alin.(3) al Legii nr. 38 din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, constatarea notorietății mărcii este raportată la segmentul de public vizat, din care fac parte și consumatorii

actuali și/sau consumatorii potențiali ai produselor și/sau ai serviciilor pentru care se folosește marca. Instanța reține că noțiunea „consumator” are o încărcătură semantică precisă în legislația națională.

Astfel, potrivit art. 1 al Legii nr.105 din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor, termenul „consumator” desemnează orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională. Din textul prevederilor legale citate, rezultă în afara oricărui dubiu că consumatorul poate fi și persoana care beneficiază / folosește produse, nu neapărat participă la circuitul economic prin încheierea de convenții. Astfel, nu poate fi contestat faptul că un copil cu vârsta de aproximativ 2-5 ani are capacitatea de a reține în memorie imagini imprimate pe ambalajul bomboanelor sau denumiri de bomboane pronunțate verbal de terți.

Mai mult, instanța mai reține că potrivit raportului “Percepția consumătorului privind mărcile de bomboane” din iunie 2016 privind sondajul executat de SRL “CBS-Axa” în iunie 2016, respondenților li s-a pus întrebarea în ce perioada a fost începută producerea mărcii de bomboane „Красная шапочка”/”Scufița Roșie”, și majoritatea respondenților, atât vânzatori, cât și consumatori au confirmat că producția cu denumirea „Красная шапочка”/”Scufița Roșie” a început să se producă din anii 1990 sau mai devreme.

Din rațiunile expuse, instanța nu desprinde vreo disensiune între datele din sondaj și rezultatele acestuia și deaceia sondajele efectuate de SRL “CBS-AXA” în rândul consumatorilor în anii 2015 și 2016 le apreciază ca probe pertinente speței date și care dovedesc veridicitatea pretențiilor reclamantului și temeinicia acțiunii.

În cele din urma instanța de judecată va respinge și alte obiecții ale pârâtului ca irelevante, constatînd că argumentele pârâtului nu se pot opune admiterii acțiunii reclamantului.

Astfel, din considerentele menționate, instanța de judecată conchide că acțiunea SA “Bucuria” privind constatarea notorietății mărcii comerciale „Красная шапочка” / „Scufița Roșie”, executată cu caractere latine și chirilice, ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1991, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață” este întemeiată și urmează fi admisă.

În conformitate cu art. art. 238-241 Cod de procedură civilă, instanța de judecată,

#### H o t ă r ă ș t e:

Se admite cererea de chemare în judecată depusă de Societatea pe Acțiuni „Bucuria” împotriva OAO „Красный Октябрь”, intervenient accesoriu Agenția de

Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova cu privire la constatarea notorietății mărcii comerciale, ca fiind întemeiată.

Se recunoaște marca verbală „Красная шапочка” / „Scufița Roșie”, executată cu caractere latine și chirilice, ca fiind notorie pe teritoriul Republicii Moldova din 01 ianuarie 1991, pentru produsele din clasa 30 conform Clasificației Internaționale de produse și servicii „produse cacao, produse de cofetărie, înghețată, gheață”.

Se dispune înregistrarea mărcii notorii „Красная шапочка” / „Scufița Roșie” în Registrul mărcilor notorii al Republicii Moldova.

Hotărîrea cu drept de recurs la Curtea Supremă de Justiție, în termen de 30 zile, prin intermediul Curții de Apel Chișinău.

Președintele ședinței,  
Judecătorul

*Copia corespunde originalului*

Iulia Cimpoi

*Iulia Cimpoi*