

# CUPRINS

ABREVIERI.....	13
PREFAȚĂ .....	17
<b>SECȚIUNEA I. DEFINIREA CONCEPTULUI DE MARCĂ ȘI DOBÂNDIREA PROTECȚIEI ASUPRA MĂRCILOR.....</b>	<b>20</b>
CAPITOLUL 1. CONSIDERAȚII GENERALE CU PRIVIRE LA PROTECȚIA LEGALĂ A MĂRCILOR .....	21
1.1. Ce este o marcă? Diferitele tipuri de mărci și rolul acestora. Scurtă aplecare asupra mărcilor netradiționale .....	21
1.1.1. Definiția și caracteristicile mărcilor și mărcile netradiționale.....	21
1.1.1.1. (Fosta) condiție a reprezentării grafice a mărcilor .....	23
1.1.1.2. Rolul Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO) în adaptarea condiției reprezentării grafice.....	26
1.1.1.3. Distinctivitatea mărcilor.....	27
1.1.1.4. Abordarea conservatoare și abordarea liberală cu privire la distinctivitate .....	29
1.1.1.5. Studiu de caz: Problema mărcilor culoare.....	30
1.1.2. Cele mai noi tipuri de mărci – scurte referiri cu privire la mărcile multimedia .....	32
1.1.2.1. Cum sunt solicitate la înregistrare aceste mărci și criteriile de înregistrare.....	33
1.1.2.2. Analiza distinctivității mărcilor multimedia .....	34
1.1.2.3. Întinderea protecției mărcilor multimedia.....	35
1.2. Concluziile capitolului .....	38
CAPITOLUL 2. DOBÂNDIREA DREPTULUI ASUPRA MĂRCILOR ȘI DREPTURILE TITULARULUI DE MARCĂ.....	40
2.1. Moduri de dobândire a dreptului asupra mărcilor: generalizarea sistemului priorității de înregistrare; sistemul este cu adevărat atributiv de drept sau declarativ? .....	40
2.1.1. Sistemul declarativ sau al priorității de folosință .....	42
2.1.1.1. Obținerea dreptului la marcă în sistemul declarativ .....	42
2.1.2. Ce fel de utilizare dă naștere drepturilor la marcă? .....	43
2.1.2.1. Importanța depunerii cererilor de marcă în sistemul declarativ.....	45
2.1.2.2. Conservarea și pierderea dreptului la marcă în sistemul declarativ.....	48
2.1.3. Sistemul atributiv sau al priorității de înregistrare. Este el un nou sistem de protecție a mărcilor?.....	49
2.1.3.1. Este sistemul atributiv un mod special de manifestare a sistemului declarativ?.....	52
2.1.4. Avantajele și dezavantajele sistemului atributiv, raportat la sistemul declarativ.....	54
2.1.4.1. Sistemul atributiv oferă o imagine clară a drepturilor la marcă valide.....	54
2.1.4.2. Avantajul datei de prioritate în sistemul atributiv .....	55

2.1.4.3. Sistemul atributiv oferă informații concrete cu privire la întinderea protecției unei mărci înregistrate și, în anumite cazuri, cu privire la istoricul procedurii de înregistrare a unei mărci .....	56
2.1.4.4. Sistemul atributiv oferă mai multă ușurință în probarea existenței unor drepturi anterioare .....	57
2.1.4.5. Avantajele sistemului atributiv cu privire la protecția drepturilor.....	58
2.1.4.6. Avantajele economice ale sistemului atributiv .....	59
2.1.4.7. Dezavantajul principal al sistemului atributiv – înregistrări cu rea-credință.....	60
2.1.4.8. Distinctivitatea obținută prin utilizare poate ridica probleme în sistemul atributiv .....	63
2.1.4.9. Concluzii preliminare privind cele două sisteme de protecție a mărcilor .....	63
2.2. Conceptul de „utilizare” în dreptul mărcilor.....	64
2.2.1. Reguli generale cu privire la utilizarea mărcilor .....	65
2.2.2. Rolul utilizării semnului în dobândirea distinctivității .....	67
2.2.3. Rolul utilizării în cazul conflictelor dintre mărci .....	69
2.2.4. Consecințele neutilizării mărcii înregistrate.....	69
2.2.5. Relevanța utilizării mărcilor ca mijloc de apărare în cazul contrafacerii .....	73
2.3. Oficiile naționale și suprastatale de mărci. Obligativitatea (Convenția de la Paris). Natura acestora. Atribuții în domeniul mărcilor.....	75
2.3.1. Rolul oficiilor naționale în publicarea mărcilor.....	76
2.3.2. Rolul oficiilor naționale în temeiul Directivei cu privire la mărci .....	77
2.3.3. Rolul oficiilor în stabilirea validității drepturilor .....	79
2.3.4. Complexitatea atribuțiilor oficiilor de proprietate intelectuală în contextul trecerii la sistemul atributiv .....	80
2.3.5. Cazuri speciale de oficii de proprietate intelectuală: Sistemul Benelux de protecție a mărcilor, oficiile suprastatale de proprietate intelectuală .....	81
2.3.6. Care este natura juridică a certificatului de înregistrare a mărcii și a titlului european .....	83
2.4. Despre felurite mărci după modul de înregistrare (mărci naționale, mărci ale Uniunii Europene, înregistrări internaționale) și regimul lor juridic. O clasificare teritorială a mărcilor .....	86
2.4.1. Clasificarea mărcilor după oficiul în fața căruia este solicitată înregistrarea .....	86
2.4.2. Principiul teritorialității și caracterul unitar al dreptului la marcă, cu o aplecare specială asupra mărcilor Uniunii Europene. Este principiul teritorialității desuet? .....	88
2.5. Desemnarea produselor și a serviciilor în cererea de marcă și Clasificarea Internațională de la Nisa.....	91
2.5.1.1. Dilema titlului de clasă .....	93
2.5.1.2. Drumul spre o desemnare mai strictă a produselor și serviciilor.....	94
2.6. Natura juridică a dreptului la marcă.....	96
2.6.1. Conținutul și natura juridică a dreptului la marcă.....	96
2.6.1.1. Conținutul dreptului la marcă: exclusivitate și monopol.....	97
2.6.1.2. Calificarea ca drept de proprietate a dreptului la marcă.....	98
2.6.1.3. Clarificările aduse de Directiva cu privire la mărci în privința naturii juridice a dreptului la marcă.....	100
2.7. Conceptul de „conurență neloială”.....	103
2.7.1. Ce este concurența neloială și cum a apărut? Primele răspunsuri la întrebarea „pe cine protejează?” .....	103

2.7.2. Natura juridică a concurenței neloiale și principalele reglementări internaționale. Căutarea unui răspuns continuă: pe cine protejăm, pe concurenți sau pe consumatori? .....	106
2.7.2.1. Prevederile Convenției de la Paris .....	107
2.7.2.2. Prevederile Acordului TRIPS privitoare la protecția împotriva concurenței neloiale .....	112
2.7.2.3. Regulile Suplimentare emise de OMPI privind protecția împotriva concurenței neloiale .....	113
2.7.3. Concurența neloială și mărcile înregistrate și neînregistrate .....	114
2.7.4. Scurte considerente cu privire la consacrarea protecției concurenței neloiale la nivel european .....	119
2.8. Concluziile capitolului .....	122
<b>CAPITOLUL 3. FUNCȚIILE MĂRCII ȘI ROLUL ECONOMIC AL MĂRCILOR .....</b>	<b>124</b>
3.1. Triunghiul consumator, produs/serviciu și fabricant/furnizor. Cum alegem ce cumpărăm – sau două roluri, aparent antagoniste, ale mărcii .....	124
3.1.1. Funcțiile mărcilor prin raportare la consumatori .....	125
3.1.1.1. Mărcile ca purtătoare de informații pentru consumatori .....	125
3.1.1.2. De ce a devenit importantă oferirea de informații prin intermediul mărcilor? .....	126
3.1.1.3. Importanța relației consumatori – mărci în evoluția funcțiilor mărcii .....	127
3.1.2. Publicitatea și originea comercială – evoluția funcției mărcilor .....	128
3.1.2.1. Funcția fundamentală a mărcilor – indicarea originii comerciale .....	129
3.1.2.2. Funcția de publicitate a mărcilor .....	130
3.1.2.3. Publicitatea comparativă și consacrarea sa ca încălcare a dreptului la marcă în legislația europeană .....	134
3.1.3. Alte funcții ale mărcii: funcțiile de asigurare a calității și de renume .....	136
3.1.4. De la confuzie la diluare, de la consumator la titular .....	138
3.1.4.1. Legătura dintre funcțiile mărcilor și întinderea protecției conferite de acestea .....	139
3.1.4.2. Cum a schimbat diluarea paradigma privind protecția mărcilor? .....	140
3.1.4.3. Ce a condus la acest transfer de interes? Importanța economică a mărcilor .....	142
3.1.4.4. O posibilă concluzie (magică) .....	143
3.2. Mărcile și afacerile .....	145
3.2.1. Valoarea și funcția economică a mărcilor .....	146
3.2.1.1. Importanța mărcilor în relație cu companiile .....	146
3.2.1.2. Importanța mărcilor în economiile naționale .....	148
3.2.2. Modalități de evaluare a valorii economice a mărcilor și câteva afaceri de succes cu și în jurul unor mărci bine cunoscute .....	150
3.2.2.1. Modalități de stabilire a valorii unei mărci .....	151
3.2.2.2. Clasamente și topuri de mărci și importanța mărcilor din domeniul tehnologiei informației și comerțului electronic .....	154
3.2.2.3. Exemplul mărcilor pentru produse de lux .....	156
3.2.2.4. Apărarea drepturilor – altă modalitate de a aprecia valoarea mărcilor .....	158
3.2.2.5. Reputația socială în aprecierea valorii mărcilor .....	158
3.2.2.6. Valoarea economică a mărcilor neînregistrate .....	159
3.3. Scurtă incursiune în istoria mărcilor: de la semnele/mărcile antice la brandurile moderne, cu o atenție sporită privind România .....	162
3.3.1. Aspecte istorice privind protecția mărcilor la nivel mondial .....	163

3.3.1.1. Primele semne distinctive cunoscute omenirii.....	163
3.3.1.2. Primele legi în materie de mărci .....	167
3.3.1.3. Primele reglementări moderne ale protecției mărcilor și încheierea primelor tratate internaționale cu privire la mărci.....	169
3.3.1.4. Primele tratate internaționale privind protecția mărcilor .....	170
3.3.2. Aspecte istorice privind protecția mărcilor în România.....	172
3.4. Concluziile capitolului .....	175
<b>SECȚIUNEA II. REGIMUL JURIDIC AL MĂRCILOR NEÎNREGISTRATE.....</b>	<b>177</b>
<b>CAPITOLUL 4 MĂRCILE NEÎNREGISTRATE ÎN TRATATELE INTERNAȚIONALE .....</b>	<b>178</b>
4.1. Convenția de la Paris pentru protecția proprietății industriale din 20 martie 1883 și mărcile neînregistrate .....	178
4.1.1. Prevederile Convenției de la Paris privind proprietatea industrială cu privire la înregistrarea mărcilor.....	179
4.1.2. Relevanța priorității prevăzute de Convenția de la Paris .....	180
4.1.3. Notorietatea mărcii și efectele juridice ale acesteia .....	182
4.1.3.1. Prevederile Convenției cu privire la mărcile notorii .....	183
4.1.3.2. Exemple de formalism cu privire la recunoașterea notorietății unei mărci – exemple din Uniunea Europeană și din alte jurisdicții din afara Uniunii Europene .....	186
4.1.4. Recomandările Comune privind Prevederile în legătură cu Protecția Mărcilor Notorii .....	193
4.1.5. Protecția numelor comerciale sub Convenția de la Paris .....	195
4.1.6. Alte prevederi ale Convenției de la Paris cu privire la utilizare mărcilor .....	196
4.2. Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 14 aprilie 1891 și Protocolul referitor la Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 27 iunie 1989 .....	196
4.2.1. Relația dintre Aranjamentul de la Madrid și Protocolul referitor la Aranjamentul de la Madrid și Convenția de la Paris .....	197
4.2.2. Relația dintre Aranjamentul de la Madrid și Protocolul referitor la Aranjamentul de la Madrid și mărcile notorii .....	200
4.3. Acordul TRIPS încurajează sistemul atributiv .....	201
4.1.1. Prevederile Acordului TRIPS cu privire la mărcile notorii .....	204
4.4. Concluziile capitolului .....	208
<b>CAPITOLUL 5. MĂRCILE NEÎNREGISTRATE LA NIVELUL UNIUNII EUROPENE.....</b>	<b>209</b>
5.1. Context și considerente cu privire la armonizarea legislației europene cu privire la protecția drepturilor de proprietate intelectuală .....	209
5.1.1. De ce este necesar un titlu unic de protecție european?.....	210
5.1.2. Armonizare, unificare și convergență.....	214
5.1.2.1. Competența Uniunii Europene în legiferarea cu privire la protecția drepturilor de proprietate intelectuală .....	215
5.1.2.2. Apartenența Uniunii Europene la Tratatul Internațional privind dreptul mărcilor .....	216
5.1.3. Oficiul Uniunii Europene de Proprietate Intelectuală .....	218
5.1.4. Instrumente legislative și jurisdicționale prin care se realizează armonizarea .....	219
5.2. Abordarea Directivei cu privire la mărci.....	223
5.3. Abordarea Regulamentului (UE) nr. 608/2013 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 iunie 2013 privind asigurarea respectării drepturilor de	

proprietate intelectuală de către autoritățile vamale și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 1383/2003 al Consiliului .....	228
5.4. Abordarea Regulamentului privind marca Uniunii Europene .....	229
5.4.1. Art. 8 alin. (4) al Regulamentului privind Marca Uniunii Europene .....	230
5.4.1.1. Întrepătrunderea dintre sistemul național de protecție a mărcilor și sistemul european .....	231
5.4.1.2. Condițiile de aplicabilitate ale art. 8 alin. (4) al Regulamentului privind Marca Uniunii Europene – clarificări jurisprudențiale.....	234
5.4.1.3. Utilizarea mărcilor neînregistrate la nivel local .....	239
5.4.1.4. Exemple jurisprudențiale privitoare la opozabilitatea mărcilor neînregistrate.....	241
5.5. Protecția mărcilor notorii conform art. 8 alin. (2) lit. c) al Regulamentului privind Marca Uniunii Europene .....	243
5.5.1. Diferențe față de protecția altor semne neînregistrate la nivelul Uniunii Europene, condiții de opozabilitate .....	244
5.6. Mărci europene de renume .....	249
5.7. Concluziile capitolului .....	254

## CAPITOLUL 6. ASPECTE DE DREPT COMPARAT. PROTECȚIA MĂRCILOR NEÎNREGISTRATE ÎN JURISDICȚII ALE UNIUNII EUROPENE ȘI ÎN REGATUL UNIT .....

UNIT .....	255
6.1. Modelul nordic de protecție a mărcilor neînregistrate .....	256
6.1.1. Obținerea dreptului la marcă în Regatul Danemarcei.....	256
6.1.2. Mărcile neînregistrate ca motive relative de refuz și de anulare a mărcilor în Regatul Danemarcei .....	259
6.1.3. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Danemarcei și la nivelul Uniunii Europene.....	264
6.1.4. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Danemarcei.....	266
6.1.5. Obținerea dreptului la marcă în Republica Finlanda.....	266
6.1.6. Mărcile neînregistrate ca motive relative de refuz și de anulare a mărcilor în Republica Finlanda .....	268
6.1.7. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Finlanda .....	270
6.1.8. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Finlanda .....	272
6.1.9. Obținerea dreptului la marcă în Regatul Suediei .....	272
6.1.10. Mărcile neînregistrate ca motive relative de refuz și de anulare a mărcilor în Regatul Suediei.....	274
6.1.11. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Suediei.....	279
6.1.12. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Suediei .....	280
6.2. Modelul italian de protecție a mărcilor neînregistrate .....	281
6.2.1. Opozabilitatea mărcilor notorii și protecția mărcilor neînregistrate cunoscute la nivel local.....	282
6.2.2. Opozabilitatea mărcilor neînregistrate din Italia la înregistrarea unei mărci a Uniunii Europene.....	293
6.2.3. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Italia și la nivelul Uniunii Europene .....	295
6.2.4. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Italia .....	297
6.3. Protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Unit .....	297

6.3.1. Prevederi ale Trade Marks Act privind utilizarea mărcilor .....	298
6.3.2. Passing off – cadru istoric și legal.....	298
6.3.3. Condițiile necesare aplicării procedurii de passing off.....	299
6.3.4. Passing off – relația cu concurența neloidală. Coexistența cu sistemul mărcilor înregistrate .....	300
6.3.5. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Unit și la nivelul Uniunii Europene .....	303
6.3.6. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Regatul Unit .....	305
6.4. Alte jurisdicții europene în care mărcile neînregistrate se bucură de protecție.....	305
6.4.1. Opozabilitatea mărcilor neînregistrate în Republica Bulgaria.....	305
6.4.2. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Bulgaria .....	309
6.4.3. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Bulgaria ....	310
6.4.4. Mărcile neînregistrate și concurența neloidală în Republica Elenă .....	310
6.4.5. Opozabilitatea mărcilor neînregistrate în Republica Elenă.....	312
6.4.6. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Elenă .....	315
6.4.7. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Elenă .....	316
6.4.8. Opozabilitatea mărcilor neînregistrate în Republica Letonă .....	317
6.4.9. Opinii ale practicienilor cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Letonia .....	320
6.4.10. Concluzii cu privire la protecția mărcilor neînregistrate în Republica Letonia ...	321
6.5. Considerații privind folosirea mărcilor și protecția mărcilor neînregistrate în România .....	322
6.5.1. Importanța utilizării mărcilor în dreptul român .....	322
6.5.2. Mărci notorii în România – aspecte terminologice și prevederi legale aplicabile .....	327
6.5.3. Protecția conferită mărcilor notorii în România .....	330
6.5.4. Criteriile pentru stabilirea notorietății unei mărci .....	334
6.5.5. Diluarea mărcilor notorii .....	337
6.5.6. Scurtă comparație a mărcilor notorii cu mărcile cu renume.....	338
6.5.7. Alte prevederi legale din legea română a mărcilor care oferă protecție mărcilor neînregistrate .....	339
6.5.8. Considerații cu privire la materia concurenței neloidale în România .....	340
6.6. Concluziile capitolului .....	343
CONCLUZII.....	345
7.1. Concluziile generale ale cercetării în legătură cu întrebarea de cercetare .....	345
7.2. Limitările cercetării.....	348
7.3. Starea actuală și nivelul de protecție a mărcilor neînregistrate la nivelul Uniunii Europene. Răspunsul la prima întrebare de cercetare: <i>Se bucură mărcile neînregistrate de protecție la nivelul Uniunii Europene? Dacă răspunsul este afirmativ, ce rol îndeplinesc acestea?</i> .....	348
7.4. Posibile modalități de armonizare .....	349
7.5. Răspunsul la a doua întrebare a cercetării: Protecția mărcilor neînregistrate ar trebui armonizată mai detaliat la nivelul Uniunii Europene? .....	351
7.5.1. Implementarea standardului european de protecție a mărcilor neînregistrate la nivel național .....	353
7.5.2. Ce poate fi implementat din modelul italian .....	354
7.5.3. Ce poate fi implementat din modelul nordic.....	354

7.5.4. Ce putem observa din experiența altor state membre ale Uniunii Europene.....	354
7.6. Concluziile finale ale cercetării.....	355
ANEXĂ – ÎNTREBĂRILE SONDAJULUI.....	357
BIBLIOGRAFIE.....	359