

prima instanță: Curtea de Apel Chișinău
Judecător: D. Manole

DECIZIE

01 februarie 2017

mun. Chișinău

Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ
al Curții Supreme de Justiție

în componență:

Președintele ședinței, judecătorul
Judecătorii:

Tatiana Vieru
Svetlana Filincova, Nicolae Craiu,
Oleg Sternioală, Mariana Pitic

juducând cererea de recurs declarată de către avocatul Andrei Bivol în interesele Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE” și de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova,

în pricina civilă la cererea de chemare în judecată depusă de către Întreprinderea Mixtă „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. împotriva Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE”, intervenienți accesorii Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova privind anularea mărcii, constatarea notorietății mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată,

împotriva deciziei Curții de Apel Chișinău din 26 iulie 2016, prin care a fost admisă acțiunea,

c o n s t a t ă :

La 05 noiembrie 2014, avocatul Iulian Iorga în interesele Întreprinderii Mixte „VINĂRIA PURCARI” SRL a depus cerere de chemare în judecată împotriva Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE” privind anularea mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată.

În motivarea acțiunii, societatea reclamantă a indicat că este un vestit producător autohton de vinuri, iar principalele genuri de activitate sunt: fabricarea alcoolului și produselor alcoolice, fabricarea vinurilor, cultura strugurilor, comercializare în oricare fel a producției alcoolice, servicii turistice, hoteliere. La fel, a arătat că produce vinuri marcate cu următoarele semne comerciale înregistrate pe teritoriul Republicii Moldova: „PURCARI”, depozit 016270 din 04 martie 2005, protejat în clasele Clasificatului Internațional de Produse și Servicii (*în continuare* CIPS) 33, 35 și 39; „ROȘU DE PURCARI”, depozit nr. 013178 din 25 iunie 2003, protejat în clasa CIPS 33, „NEGRU DE PURCARI”, depozit 013178 din 25 iunie

2003, protejat în clasa CIPS 33, „CHATEAU PURCARI”, depozit 015202 din 07 octombrie 2005, reînnoit la 21 octombrie 2014, protejat în clasele CIPS 33 și 35. Mai mult ca atât, a specificat că deține și înregistrări internaționale a semnelor „PURCARI”, IR 939301, protejat în clasa CIPS 33 pe teritoriul a 3 state ale lumii; „ROȘU DE PURCARI” IR 867059 protejat în clasa CIPS 33 pe teritoriul a 33 de state și „NEGRU DE PURCARI”, IR 867058 protejat în clasa CIPS 33 pe teritoriul a 37 state ale lumii.

În acest context, reclamantul relatează că, la 26 aprilie 2013, SRL „BRAVO WINE” a depus cerere de înregistrare a mărcii „CRAMA PURCARI”, depozit nr. 033023 pentru clasele CIPS 31, 32, 33, 35, 39 și 40. Ulterior, la 03 aprilie 2014, Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală a dispus înregistrarea cererii menționate, atribuindu-i numărul de ordine 25385.

Consideră reclamantul că înregistrarea mărcii „CRAMA PURCARI” aduce atingere drepturilor sale asupra mărcile comerciale anterior înregistrate, dar și drepturilor la denumirea sa comercială, cât și faptul că utilizarea acesteia creează un risc sporit de confuzie, inclusiv un risc de asociere pentru consumator. Prin urmare, societatea reclamantă subliniază că se observă ușor imitarea semantică, vizuală și fonetică al semnelor S.R.L. „BRAVO WINE”, prin utilizarea expresiei „CRAMA PURCARI”, în special în raport cu marca „CHATEAU PURCARI”, dar și în raport cu semnul distinctiv „VINĂRIA PURCARI”, ce reprezintă acțiuni îndreptate pentru obținerea unor avantaje necuvenite pe seama notorietății brandurilor, activității și produselor societății reclamante.

În opinia Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., pârâtul S.R.L. „BRAVO WINE” a făcut tot posibilul să obțină o confuzie cât mai puternică cu produsele societății reclamante și renumele acesteia, alegând să își numească produsele din clase identice cu termenul „CRAMA PURCARI”. Totodată, se menționează că, au fost desemnate și clase străine mărcilor societății reclamante, însă care afectează drepturile reclamantei pe seama renumelui propriilor mărci și renumelui societății reclamante, inclusiv pentru obținerea unui profit nemeritat rezultat din caracterul distinctiv și din reputația mărcilor anterioare. În astfel de circumstanțe, societatea pârâtă utilizând un semn compus din cuvinte identice, creând riscul de confuzie în rândul consumatorilor, și în acest mod, produsele sale sunt promovate și comercializate pe seama exploatării notorietății societății reclamante, a activității și a produselor sale.

Reclamantul susține că mărcile „PURCARI”, „NEGRU DE PURCARI”, „ROȘU DE PURCARI” și „CHATEAU PURCARI” și denumirea „VINĂRIA PURCARI” folosite la marcarea produselor sale și la desemnarea activității sale, se bucură de renume, lucru care nu poate fi contestat.

La fel, se precizează că înregistrarea semnului „CRAMA PURCARI” prejudiciază consumatorul, care leagă în propria percepție denumirea „VINĂRIA PURCARI” de activitatea și produsele societății reclamante. Mai mult, semnul contestat „CRAMA PURCARI” constituie o combinație de cuvinte care face legătură nemijlocită cu sectorul vitivinicol, de producere a vinurilor și altor băuturi alcoolice (adică clasa CIPS 33), și activității aferente acestuia. În acest sens, aceste elemente

privite în comun, coroborate cu drepturile anterioare ale societății reclamante asupra semnelor sale, fac aplicabile motivele de nulitate, fiindcă similitudinea dintre marca contestată și elementele distinctive ale societății reclamante, este de natură să creeze confuzie pentru consumatori, dar și să asocieze semnul „CRAMA PURCARI” cu semnele anterioare, inclusiv cu societatea reclamantă și activitatea acesteia.

Un prim temei pentru declararea nulității mărcii contestate în viziunea reclamantului, îl reprezintă drepturile anterioare cererii „CRAMA PURCARI” pe care le deține asupra propriilor mărci, și anume: „PURCARI”, depozit 016270; „ROȘU DE PURCARI”, depozit nr. 013178; „NEGRU DE PURCARI”, depozit 013178; „CHATEAU PURCARI”, depozit 015202, precum și semnul distinctiv „VINĂRIA PURCARI”, care toate împreună reprezintă drepturi anterioare în sensul temeiurilor de refuz și de nulitate a mărcii „CRAMA PURCARI”. De asemenea, reclamantul învederează că se individualizează și prin denumirea sa, iar, din art. 10^{bis} din Convenția de la Paris, rezultă că trebuie să fie contracarate acțiunile terților care sunt în măsură să creeze o confuzie cu întreprinderea, produsele și activitatea acesteia.

În aceeași ordine de idei, Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. sugerează că are un drept exclusiv asupra denumirii sale — „VINĂRIA PURCARI”, și chiar dacă semnul „CRAMA PURCARI”, la o primă vedere, diferă semnificativ de denumirea societății reclamante, printr-un cuvânt — „Crama/Vinăria”, înțelesul acestora este practic identic, semnele fiind sinonime. Corespunzător, pe de o parte, substantivul „vinărie” desemnează o pivniță în care se păstrează (și se vinde) vinul, depozit de vin, iar pe de altă parte substantivul „cramă” reprezintă o clădire (la o vie) cu pivniță în care se prepară, depozitează și se consumă vinul. Astfel, un consumator mediu va absorbe întotdeauna aceste semne cu o legătură puternică între ele și, respectiv, le va asocia.

În concluzie, reclamantul consideră că circumstanțele expuse anterior duc la aplicabilitatea motivelor de refuz și nulitate, prevăzute la art. 8 alin. (4) lit. a) al Legii privind protecția mărcilor, deoarece semnul „CRAMA PURCARI” aduce atingere la drepturi anterioare dobândite pe seama exploatării, în special în clasele CIPS 32, 33, 35 și 39 semnelui distinctiv „VINĂRIA PURCARI”, dar și a mărcilor anterioare. Totodată, pretinde că este aplicabil și art. 8 alin. (4) lit. b) al legii citate, deoarece, elementul cerut spre protecție aduce atingere la dreptul anterior al reclamantului la propria denumire de firmă, făcând astfel aplicabile motivele de nulitate prevăzute la art. 22 alin. (1) lit. a, c) și d) din Legea privind protecția mărcilor.

Solicită Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., anularea mărcii „CRAMA PURCARI”, depozit nr. 033023 din 26 aprilie 2013, nr. 25385 din 03 aprilie 2015 și încasarea cheltuielilor de judecată. (vol. I, f. d. 7)

Ulterior, avocatul Iulian Iorga în interesele Întreprinderii Mixte „VINĂRIA PURCARI” SRL a depus cerere de extindere a pretențiilor sale inițiale, solicitând constatarea notorietății mărcii „VINĂRIA PURCARI”, verbal, caractere standard în clasa de produse CIPS 33 și clasele de servicii CIPS 35 și 39, începând cu 31 decembrie 2004. (vol. II, f. d. 5 – 8)

În argumentarea poziției sale, reclamantul a indicat că, la începutul anului 2015, a comandat Centrului de Investigații Sociologice și Marketing „C.B.S. - AXA” efectuarea unui sondaj de opinie, care a avut ca obiect de studiu, inclusiv gradul de cunoaștere a brandului „VINĂRIA PURCARI” în baza criteriilor de stabilire a notorietății mărcii, în rândul consumatorilor de vinuri. Astfel, potrivit sondajului din 19 martie 2015, s-a stabilit că: 98% din respondenți cunosc că „VINĂRIA PURCARI” este o marcă din sectorul vitivinicol. Tot atâția respondenți cunosc despre această marcă; 99,7% din respondenți cunosc faptul că „VINĂRIA PURCARI” este producător de vinuri; 76% din respondenți au consumat personal vinurile „Vinăriei Purcari”; 45% din respondenți au afirmat că cel puțin o cunoștință de a dumnealor a consumat nemijlocit vinurile „Vinăriei Purcari”; 80% din respondenți consideră „VINĂRIA PURCARI”, ca fiind cea mai cunoscută zonă ca producător de vinuri autohtone; denumirea „VINĂRIA PURCARI” este asociată, în proporție de 94% cu un producător autohton de vinuri; 22% din respondenți asociază denumirea „VINĂRIA PURCARI” cu o pensiune turistică sau o cramă cu restaurant în Purcari; 53% din respondenți, au vizitat personal sau au auzit de la cunoștințele lor despre Pensiunea „VINĂRIA PURCARI”; 87% din respondenți au afirmat că produsele „VINĂRIEI PURCARI” sunt excelente sau foarte bune; 50% din respondenți au afirmat că „VINĂRIA PURCARI” a început să fie promovată pe teritoriul Moldovei din anul 1996.

Relatează că, numai în perioada anilor 2004 - 2014, a obținut 163 de medalii (bronz, argint și aur) pentru produsele sale, iar potrivit companiilor de consultanță MPP Consulting (Ucraina) în cooperare cu INCREDECON (Moldova), în anii 2011 și 2013, unul din brandurile de bază ale „VINĂRIEI PURCARI”, este plasat pe locul 2 în lista celor mai valoroase mărci din Moldova, fiind estimată de terți la suma de 23 000 000 dolari SUA. Un alt raționament în promovarea opiniei sale, constă în faptul că, prin decretul Președintelui Republicii Moldova nr. 316 din 05 octombrie 2012, în semn de înaltă prețuire a meritelor deosebite în dezvoltarea industriei vinicole, pentru contribuție substanțială la modernizarea întreprinderii și succesele obținute în activitatea de producție și în cadrul expozițiilor internaționale, societății reclamante i s-a conferit „Ordinul Republicii”. Mai mult ca atât, potrivit informației contabile desfășurate, în perioada anilor 2004 – 2009, au fost vândute pe teritoriul Republicii Moldova 617 000 sticle de vin în sumă de aproximativ de 34 000 000 lei.

În același timp, Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. consideră că, potrivit sondajului de opinie realizat în corespundere cu cerințele prevăzute la art. 32⁶ alin. (3) și alin. (6) din Legea privind protecția mărcilor, de către Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „C.B.S.-AXA”, marca „VINĂRIA PURCARI” este recunoscută de către consumatorii produselor și serviciilor pentru care se utilizează, aceasta posedă un grad înalt de distinctivitate, dobândită ca rezultat al utilizării intensive și este larg cunoscută pe teritoriul Moldovei. Totodată, actele de la dosar confirmă că marca „VINĂRIA PURCARI” este cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate și în fine că, aceasta are valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară.

La fel, reclamantul afirmă că la dosar sunt anexate înscrisuri care demonstrează notorietatea semnului „VINĂRIA PURCARI”, care arată asupra gradului de cunoaștere a acestuia pe piață de către segmentul de public vizat. Lista distincțiilor obținute în perioada 2004 — 2014; contracte de prestări servicii și executare de lucrări cu privire la promovarea semnului „VINĂRIA PURCARI” probează promovarea intensivă pe întreg teritoriul Republicii Moldova. Totodată, sunt anexate certificate, contracte și diplome despre participarea în cadrul expozițiilor, iarmaroacelor specializate și festivalurilor tematice pe teritoriul Republicii Moldova; date contabile cu privire la volumul mărfurilor realizate de către societatea reclamantă.

La 20 ianuarie 2016, avocatul Iulian Iorga în interesele Întreprinderii Mixte „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. a depus cerere de completare a temeiului acțiunii și circumstanțelor, prin care a menținut cerințele inițiale. (f. d. 166 – 173, vol. II)

Astfel, reclamantul sugerează că S.R.L. „BRAVO WINE” nu are și nici nu desfășoară activitatea de producere a vinurilor în arealul satului Purcari, ce se adevărește prin informația prezentată de către Primăria sat. Purcari, iar Centrul de Sănătate Publică raional Ștefan Vodă a confirmat că pârâtul nu a solicitat și nu deține autorizație sanitară de funcționare în circumscripția raionului Ștefan Vodă. În plus, Institutul Științific Practic de Horticultură și Tehnologii Alimentare a precizat că din plantațiile înființate în anii 2011 – 2013, roada pentru fabricarea vinurilor la scară comercială ar fi putut obținute abia în anul 2015, ceea ce pune la îndoială faptul că societatea pârâta ar fi putut obține roadă pentru fabrica de vinuri la scară comercială.

Un alt argument invocat este utilizarea de către pârât a falsurilor pe etichetele sale, prin introducerea adresei – „sat. Purcari, str. Gr. Vieru 134, r-l Ștefan Vodă”. Or executorul judecătoresc Anatolie Mațarin a constatat că pe această locație se află gospodăria cet. Malachi Oleg, însă nu există nici o încăpere/imobil, beci destinat fabricării și/sau depozitării vinului. Totodată, se arată că S.R.L. „BRAVO WINE” nu deține nici o autorizație sanitară pentru profilul de activitate – prelucrarea strugurilor, fabricarea, depozitarea, îmbutelierea și realizarea vinului în regiunea Sălcuța. Indiferent de această împrejurare, potrivit ordinului Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare nr. 50 din 04 aprilie 2012, microraiorul vitivinicol Sălcuța face parte din aria geografică pentru producerea vinurilor cu denumirea de origine – Căușeni. Astfel, pârâtul nu utilizează „CRAMA SĂLCUȚA” și nici „CRAMA CĂUȘENI”, dar neavând un amplasament efectiv de producere a vinurilor în satul Purcari, a ales anume acest toponim în scopul asimilării și confuziei consumatorului cu elemente distinctive ale reclamantului și pentru exploatarea renumelui produselor și activității acestuia.

În aceeași ordine de idei, s-a indicat că societății pârâte nu i-a fost transferat dreptul de utilizare a nici unuia din semnele distinctive ale reclamantului. Susține societatea reclamantă că a contribuit la înregistrarea denumirii de origine protejate Purcari în cadrul unei societăți constituite împreună cu pârâtul, iar ultimul a abandonat proiectul, decizând să acționeze de sine stătător și să depună spre înregistrare semnul contestat în prezentul litigiu.

Reclamantul sugerează că a contribuit fundamental la dezvoltarea și promovarea renumelui regiunii Purcari, iar pe seama acestor acțiuni regiunea a devenit cunoscută în lume. La fel, a remarcat că în urma recunoașterii notorietății semnului „VINĂRIA PURCARI”, nu se vor dobândi drepturi exclusive asupra denumirii Purcari.

La 14 aprilie 2016, avocatul Iulian Iorga în interesele Întreprinderii Mixte „VINĂRIA PURCARI” SRL a depus cerere de compensare a cheltuielilor pentru asistență juridică în mărime de 40 235,84 lei și a cheltuielilor legate de adunarea și prezentarea probelor în valoare de 24 819,68 lei.

În privința ultimei sume, reclamantul a precizat că a cheltuit 22 819, 68 lei pentru efectuarea și prezentarea sondajului de opinie cu obiectul de studiu asupra percepției semnului „CRAMA PURCARI”, rezultatele căruia au fost prezentate în raportul de cercetare sociologică anexat la materialele cauzei. Iar, la 30 decembrie 2015, a achitat 2 000 lei la contul executorului judecătoresc Anatolie Mațarin, constituind onorariul acestuia pentru încheierea procesului – verbal despre constatarea faptelor nr. 036-4/2015 din 29 decembrie 2015.

Pe parcursul examinării cauzei, pârâtul SRL „BRAVO WINE” (vol. I, f. d. 110 – 117; vol. II, f. d. 143 – 144 și 210 - 219) și intervenientul accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova (vol. I, f. d. 223 – 225; vol. II, f. d. 122 – 123) au depus referințe în întâmpinarea cererii de chemare în judecată și cererilor de completare a acțiunii inițiale.

Prin încheierea Curții de Apel Chișinău din 18 iunie 2015, a fost atras în proces Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova în calitate de intervenient accesoriu de partea pârâtului. (vol. I, f. d. 216 – 218)

Prin încheierea protocolară din 09 decembrie 2015, a fost admis demersul avocatului Andrei Bivol în interesele S.R.L. „BRAVO WINE” privind atragerea în proces a Oficiului Național al Viei și Vinului ca autoritate publică pentru a depune concluzii. (vol. II, f. d. 151 – 152)

Potrivit scrisorii nr. 14/01 din 20 ianuarie 2016, Oficiului Național al Viei și Vinului a comunicat instanței de judecată răspunsurile la întrebările puse de către reprezentantul S.R.L. „BRAVO WINE”, avocatul Andrei Bivol. (vol. II, f. d. 158 – 159)

La 09 iunie 2016, Curtea de Apel Chișinău a introdus în proces Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova în calitate de intervenient accesoriu de partea pârâtului. (vol. III, f. d. 94 – 97)

Prin hotărârea Curții de Apel Chișinău din 26 iulie 2016, a fost admisă integral acțiunea depusă de către avocatul Iulian Iorga în interesele Întreprinderii Mixte „VINĂRIA PURCARI” S.R.L.

Astfel, a fost anulată marca „CRAMA PURCARI”, depozit nr. 033023 din 26 aprilie 2013, nr. 25385 din 03 aprilie 2014 și s-a constatat notorietatea mărcii „VINĂRIA PURCARI”, verbal, caractere standard în clasa de produse CIPS 33 și clasele de servicii CIPS 35 și 39, începând cu 31 decembrie 2004.

La fel, s-a hotărât încasarea de la S.R.L. „BRAVO WINE” în beneficiul Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. cheltuielile de asistență juridică în sumă de 40 235,84 lei și cheltuielile de judecată în sumă de 24 819,68 lei. (vol. III, f. d. 198 - 220)

La 17 octombrie 2016, avocatul Andrei Bivol în interesele Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE” a declarat recurs împotriva hotărârii instanței de fond din 26 iulie 2016, solicitând casarea actului judecătoresc contestat cu pronunțarea unei noi hotărâri, prin care să fie respinsă acțiunea integral. Subsecvent, a cerut încasarea din contul intimatului a tuturor cheltuielilor de judecată suportate de recurent.

La 21 octombrie 2016, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova a depus recurs împotriva hotărârii Curții de Apel Chișinău din 26 iulie 2016, solicitând casarea actului judecătoresc în partea ce ține de anularea mărcii „CRAMA PURCARI” nr. 25385 din 26 aprilie 2013.

În conformitate cu art. 434 alin.(1) Codul de procedură civilă, recursul se declară în termen de 2 luni de la data comunicării hotărârii sau a deciziei integrale.

Prin prisma normei de drept enunțate, Colegiul consideră că recursurile declarate de Andrei Bivol în interesele S.R.L. „BRAVO WINE” la 17 octombrie 2016 și de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală la 21 octombrie 2016 sunt depuse în termen, deoarece hotărârea integrală a instanței de apel a fost comunicată, în primul caz la 17 august 2016 (f. d. 15, vol. IV), iar, în al doilea caz la 23 august 2016 (f. d. 20, vol. IV)

În motivarea recursului, S.R.L. „BRAVO WINE” a indicat că instanța de fond a apreciat în mod arbitrar raportul de evaluare a mărcii VINĂRIA PURCARI, întocmit de evaluatorul Aliona Ciorba din 01 iunie 2015, favorizând în mod nejustificat intimatul, la examinarea fondului și emiterea hotărârii. Precizează că înscrisul menționat conține doar concluzia evaluatorului. Astfel, nu sunt anexate sau cel puțin indicate actele de evidență contabilă, documentele financiare ale companiei sau orice alte acte utilizate de evaluator la stabilirea valorii bunului evaluat.

În aceeași ordine de idei, pretinde că evaluatorul nu a justificat necesitatea de a aplica metoda costurilor, care nu se încadrează în indicațiile metodice prevăzute de Hotărârea Guvernului RM nr. 783 din 30 iunie 2003 cu privire la evaluarea obiectelor de proprietate intelectuală, iar formula utilizată de el nu coincide nici cu formula generală, nici cu formula cheltuielilor prevăzute de art. 15 din hotărârea citată. Consideră că instanța de fond nu s-a pronunțat asupra acestor aspecte.

O altă critică adusă de către recurent constă în faptul că sondajul prezentat de către intimat conține contradicții inexplicabile, este lipsit de reprezentativitate și nu au fost chestionați specialiști din ramură. Mai mult, specialistul Ion Jigău audiat în proces nu întrunește aceste calitate, deoarece nu a prezentat informații cu privire la studiile și experiența sa.

Cât privește cheltuielile de asistență juridică încasate de către instanță de la recurent în folosul intimatului, S.R.L. „BRAVO WINE” a subliniat că instanța de fond nu putea să se pronunțe asupra cheltuielilor de asistență juridică ce urmau a fi suportate de intimată în recurs.

Susține că instanța de fond nu a ținut cont de împrejurarea că protecția pe care au mărcile sale nu se extinde asupra elementului „PURCARI”, constituind o excepție în temeiul art. 17 al acordului TRIPS al Organizației Mondiale a Comerțului și art. 7 alin. (1) și (3) al Legii privind protecția mărcilor. La fel, a invocat că dreptul exclusiv nu se extinde asupra elementului „PURCARI”, iar cuvântul „CRAMA” reprezintă un termen descriptiv al produselor sale. Prin urmare, a considerat că nu poate fi vorba de confuzie între două mărci formate din elemente neprotejate atât timp cât acestea nu sunt identice.

Recurentul a menționat că notorietatea semnului „VINĂRIA PURCARI” este datorată notorietății regiunii, obținută cu mult înaintea apariției companiei reclamante și a produselor sale.

În continuare, din analiza art. 32², 32⁴, 32⁵, 32⁶ al Legii privind protecția mărcilor, recurentul observă că la stabilirea notorietății mărcii pentru produse de consum curent trebuie să fie chestionați atât consumatorul mediu, cât și specialiști din ramura respectivă a industriei și comerțului. Așadar, condiția obligatorie de chestionare a specialiștilor în cadrul segmentului de public vizat nu a fost întrunit de intimat.

De asemenea, în opinia recurentului, semnul VINĂRIA PURCARI nu constituie o marcă în sensul Legii privind protecția mărcilor, iar instanța de fond nu a luat în considerație faptul că distincțiile pe care le-a primit compania intimată i-au fost oferite în cea mai mare parte pentru produsele care sunt identificate cu alte mărci (ex: „PURCARI”, „ALB de PURCARI” sau „ROȘU de PURCARI”). În același context, nu a fost demonstrată promovarea intensivă a semnelor pretins notorii, or, analizând listele de vânzări prezentate, nu poate fi găsit nici măcar un singur produs identificat „VINĂRIA PURCARI”.

În argumentarea ilegalității hotărârii contestate, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală afirmă că instanța de judecată urma să constate nu doar existența dreptului anterior ce se încadrează în noțiunea indicată în dispozițiile art. 8 alin. (2) al Legii privind protecția mărcilor, dar și îndeplinirea condițiilor menționate la art. 8 alin. (1) al legii citate. Consideră că, în rezultatul examinării de fond a cererii de înregistrare a mărcii CRAMA PURCARI, s-a constatat respectarea cerințelor legale pentru înregistrarea mărcii, încadrându-se în definiția mărcii prevăzute la art. 2 al Legii nr. 38/2008.

La 23 decembrie 2016, Curtea Supremă de Justiție a expediat cererile de recurs în adresa S.R.L. „BRAVO WINE”, Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală a Republicii Moldova, cu înștiințarea despre necesitatea depunerii referinței timp de o lună de la data primirii scrisorii. (vol. IV, f. d. 23)

La 12 ianuarie 2017, Întreprinderea Mixtă „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., prin intermediul avocatului Iulian Iorga, a depus referințe în întâmpinarea cererilor de recurs, prin care a solicitat recunoașterea inadmisibilă sau respingerea pe fond a acestora cu menținerea fără modificări a hotărârii primei instanțe.

În conformitate cu art. 441 Codul de procedură civilă, în cazul în care recursul este considerat admisibil, un complet din 5 judecători examinează fondul recursului.

În corespundere cu art. 444 Codul de procedură civilă, recursul s-a examinat fără înștiințarea participanților la proces. Astfel, Colegiul a decis inoportună invitarea acestora, întrucât argumentele expuse în cererile de recurs au fost formulate cu suficientă precizie pentru a permite instanței verificarea legalității hotărârii atacate. Totodată, toate punctele de drept care puteau exista în această cauză pot fi cercetate și soluționate în mod adecvat pe baza înscrisurilor prezente la dosar. În plus, recurenții și intimatul au avut ocazia să își prezinte poziția în scris și să răspundă la concluziile părții adverse. (*mutatis mutandis*, cauza Auza Vilho Eskelinen și alții împotriva Finlandei din 19 aprilie 2007, cererea nr. 63235/0, § 72 – 75)

Subsidiar, în § 26 – 27 ale deciziei Curții Constituționale nr. 95 din 19 decembrie 2016 privind excepția de neconstituționalitate a articolului 444 din CPC, Curtea a statuat că în cazul procedurilor care au ca obiect autorizarea unui apel sau care consacră verificarea unor aspecte de drept, și nu de fapt, sunt îndeplinite condițiile articolului 6 din Convenție chiar dacă instanța de apel sau de recurs nu oferă reclamantului posibilitate să se exprime în fața sa, în persoană. Iar, în esență nu este afectat accesul liber la justiție.

Verificând hotărârea contestată în raport de criticile formulate, în limitele controlului de legalitate și temeiurilor de drept invocate, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ lărgit al Curții Supreme de Justiție consideră că recursurile declarate de către S.R.L. „BRAVO WINE” și Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală urmează a fi respinse ca neîntemeiate, pentru motivele ce succed.

În conformitate cu art. 445 alin. (1) lit. a) CPC, instanța, după ce judecă recursul, este în drept: să respingă recursul și să mențină decizia instanței de apel și hotărârea primei instanțe, precum și încheierile atacate cu recurs.

Circumstanțele cauzei prezentate de părți și determinate de prima instanță în faza procesual anterioară, denotă că, la 26 aprilie 2013, recurentul S.R.L. „BRAVO WINE” a depus o cerere de înregistrare a mărcii verbale „CRAMA PURCARI” cu numărul depozitului 033023 protejat în clasele CIPS 31, 32, 33, 35, 39, 40, fiind publicată în BOPI 6/2013. (vol. I, f. d. 170 „verso” și 223)

În urma examinării dosarului cererii respective, la 30 decembrie 2013, Departamentul Mărci, Modele și Desene Industriale al AGEPI a emis Avizul provizoriu de respingere a înregistrării mărcii, prin care s-a constatat că desemnarea solicitată „CRAMA PURCARI” nu poate fi înregistrată în calitate de marcă pentru produsele/serviciile solicitate, deoarece conțin denumirea geografică Purcari și poate induce în eroare consumatorul în ceea ce privește originea geografică a produselor/serviciilor solicitate. De asemenea, s-a stabilit că este similară cu marca națională combinată „PURCARI” nr. 13623 din 04 martie 2005, titular Întreprinderea Mixtă „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., înregistrată pentru produse și servicii similare din clasa 33, 35, 39. (vol. I, f. d. 223 „verso”)

Ulterior, la 29 ianuarie 2014, recurentul S.R.L. „BRAVO WINE” a formulat o contestație împotriva avizului provizoriu de respingere a cererii de înregistrare a mărcii nr. depozit 033023 din 17 aprilie 2013, iar, la 03 martie 2014, contestația a fost considerată întemeiată, fiind emisă decizia de înregistrare a mărcii „CRAMA PURCARI” cu nr. depozit 033023 din 26 aprilie 2013. (vol. I, f. d. 169)

Corespunzător, la 02 iulie 2014, Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. a depus o contestație împotriva deciziei din 03 aprilie 2014, prin care a solicitat anularea deciziei de înregistrare a cererii de înregistrare a mărcii „CRAMA PURCARI” și dispunerea respingerii cererii de înregistrare a mărcii „CRAMA PURCARI” în privința produselor și serviciilor cuprinse în clasele CIPS 33, 35 și 39. (vol. II, f. d. 163 – 165)

Prin scrisoarea AGEPI nr. 9925 din 07 iulie 2014, a fost restituită contestația depusă de către Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., pe motiv că nu corespunde condițiilor prevăzute pentru depunerea unei asemenea plângeri. (vol. II, f. d. 160)

Astfel, nefiind de acord cu înregistrarea mărcii „CRAMA PURCARI” de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, la 05 noiembrie 2014, intimatul a depus cerere de chemare în judecată, completată pe parcursul examinării cauzei, împotriva Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE”, intervenienți accesorii Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova privind anularea mărcii „CRAMA PURCARI”, depozit nr. 033023 din 26 aprilie 2013, nr. 25385 din 03 aprilie 2015 (f. d. 3 – 7, vol. I), constatarea notorietății mărcii „VINĂRIA PURCARI”, verbal, caractere standard în clasa de produse CIPS 33 și clasele de servicii CIPS 35 și 39, începând cu 31 decembrie 2004 (f. d. 5 – 8, vol. II) și încasarea cheltuielilor pentru asistență juridică în mărime de 40 235,84 lei, precum și a cheltuielilor legate de adunarea și prezentarea probelor în valoare de 24 819,68 lei (vol. III, f. d. 14 – 15).

Curtea de Apel Chișinău, fiind investită la momentul depunerii cererii de chemare în judecată cu judecarea prezentei pricini, a admis integral acțiunea depusă de către avocatul Iulian Iorga în interesele Întreprinderii Mixte „VINĂRIA PURCARI” SRL. Astfel, a fost anulată marca „CRAMA PURCARI”, depozit nr. 033023 din 26 aprilie 2013, nr. 25385 din 03 aprilie 2014 și s-a constatat notorietatea mărcii „VINĂRIA PURCARI”, verbal, caractere standard în clasa de produse CIPS 33 și clasele de servicii CIPS 35 și 39, începând cu 31 decembrie 2004.

La fel, s-a hotărât încasarea de la S.R.L. „BRAVO WINE” în beneficiul Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. cheltuielile de asistență juridică în sumă de 40 235,84 lei și cheltuielile de judecată în sumă de 24 819,68 lei. (f. d. 198 - 220, vol. III)

La adoptarea soluției, instanța ierarhic inferioară a observat că marca „CRAMA PURCARI” reprezintă o imitare semantică, vizuală, dar și fonetică a semnelor societății Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L, or, prin utilizarea expresiei „CRAMA PURCARI”, în special în raport cu marca „CHATEAU PURCARI”, dar și în raport cu combinația „VINĂRIA PURCARI”, se creează o confuzie pentru consumator referitor la proveniența și calitatea produselor marcate cu acest semn. Argumentele

societății pârâte cu privire la conținutul și forma sondajului prezentat de reclamant au fost respins, deoarece nu sunt în măsură să combată circumstanțele constatate în baza acestuia.

La fel, a fost stabilit că S.R.L. „BRAVO WINE” nu desfășoară activitate de producere, depozitare, comercializare a vinurilor în sat. Purcari și nu deține nici o autorizație sanitară pentru profilul de activitate – prelucrarea strugurilor, fabricarea, depozitarea, îmbutelierea și realizarea vinului în regiunea Sălcuța.

Cu referire la cerința privind constatarea notorietății mărcii „VINĂRIA PURCARI”, instanța de fond a reținut că reclamantul îndeplinește volumul de 100 % din producția totală de vinuri pentru satul Purcari, fiind unicul producător în această localitate. Totodată, conform raportului de evaluare, întocmit de evaluatorul Ciorba Aliona, a fost constatat că valoarea de piață a mărcii menționate constituie 4 600 000 lei, iar potrivit companiilor de consultanță MPP CONSULTING (Ucraina) în cooperare cu INCREDOCON (Moldova), în anii 2011 și 2013, unul din brandurile de bază ale „VINĂRIEI PURCARI” era plasat pe locul 2 în lista celor mai valoroase mărci din Republica Moldova, estimată de terțe la suma de peste 23 000 000 USD.

În concluzie, instanța a reiterat că „PURCARI” este o denumire geografică a localității, nimeni nu poate deține dreptul exclusiv asupra acesteia, iar recunoașterea notorie a mărcii „VINĂRIA PURCARI”, nu va acorda titularului acesteia dreptul de a interzice terților utilizarea loială a denumirii geografice „PURCARI”.

Studiind argumentele expuse în cererile de recurs și referințe, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ lărgit al Curții Supreme de Justiție constată că prima instanța a examinat pricina cu respectarea normelor de procedură și a aplicat corect legea materială, iar soluția pronunțată este una corectă, însă este necesar de motivat suplimentar argumentele recurenților, care în opinia lor, au fost omise sau respinse de instanță prin constatări formale.

Potrivit jurisprudenței sale constante, CtEDO reamintește că instanțele judecătorești naționale au obligația de a-și motiva deciziile (*Van de Hurk c. Olandei*, 19 aprilie 1994, § 61, seria A nr. 288). Întinderea obligației de a motiva hotărârea poate varia în dependență de caracterul deciziei și trebuie determinată în lumina circumstanțelor cauzei (*Ruiz Torija c. Spaniei*, 9 decembrie 1994, § 29, seria A nr. 303-A). Deși articolul 6 § 1 din Convenție nu obligă instanțele de judecată să ofere răspunsuri detaliate la toate argumentele invocate, totuși din hotărâre trebuie să reiasă clar că elementele esențiale ale cauzei au fost examinate (*Taxquet c. Belgiei* [MC], nr. 926/05, § 91, CEDO 2010).

În plus, Curtea a decis că articolul 6 din Convenție nu obligă statele contractante să instituie instanțe de apel sau de recurs. Cu toate acestea, un stat care dispune de astfel de instanțe judecătorești are obligația să se asigure că justițiabilii se bucură în fața acestora de garanțiile fundamentale prevăzute de articolul 6 (a se vedea, printre altele, *Delcourt c. Belgiei*, 17 ianuarie 1970, § 25, seria A nr. 11, și *Erfar-Avef c. Greciei*, nr. 31150/09, § 39, 27 martie 2014).

Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ lărgit al Curții Supreme de Justiție reiterează că Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a afirmat că,

la anularea mărcii „CRAMA PURCARI”, instanța de judecată urma să constate nu doar existența dreptului anterior ce se încadrează în noțiunea indicată în dispozițiile art. 8 alin. (2) al Legii privind protecția mărcilor, dar și îndeplinirea condițiilor menționate la art. 8 alin. (1) al legii citate.

În temeiul 6 alin. (1) din Codul civil și, ținând cont de faptul că acțiunea intimatului a fost depusă la 05 noiembrie 2014, instanța de recurs va aplica prevederile Legii privind protecția mărcilor până la modificările legislative operate prin Legea nr.162 din 30 iulie 2015, în vigoare 28 august 2015.

Conform art. 22 alin. (1) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, marca este declarată nulă în urma unei cereri de anulare, depuse la Curtea de Apel Chișinău, sau a unei cereri reconvenționale într-o acțiune de apărare a drepturilor, depusă la aceeași instanță, și în cazul când: (a) există o marcă anterioară menționată la art.8 alin.(2) și se îndeplinesc condițiile prevăzute la alin.(1) din articolul respectiv.

Potrivit art. 8 alin. (2) al legii citate, în sensul alin.(1), mărci anterioare sunt: a) mărcile a căror dată de depozit sau, după caz, de prioritate, în sensul art.34, este anterioară datei de depozit a cererii de înregistrare a mărcii, ținând cont, după caz, de dreptul de prioritate, în sensul art.33 sau, după caz, în sensul art.35, invocat în sprijinul acestei mărci, și care aparțin următoarelor categorii: - mărci înregistrate în Republica Moldova; - înregistrări internaționale care își extind efectele în Republica Moldova.

Prin prisma normelor citate, instanța de recurs notează că Întreprinderea Mixtă „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. produce vinuri marcate cu următoarele semne comerciale înregistrate pe teritoriul Republicii Moldovei: „PURCARI”, depozit 016270 din 04 martie 2005, protejat în clasele Clasificatului Internațional de Produse și Servicii (în continuare CIPS) 33, 35 și 39; „ROȘU DE PURCARI”, depozit nr. 013178 din 25 iunie 2003, protejat în clasa CIPS 33, „NEGRU DE PURCARI”, depozit 013179 din 25 iunie 2003, protejat în clasa CIPS 33, „CHATEAU PURCARI”, depozit 015202 din 07 octombrie 2005, reînnoit la 21 octombrie 2014, protejat în clasele CIPS 33 și 35. (f. d. 10 – 17, vol. I)

În același timp, instanța de fond a constatat că intimatul a înregistrat la nivel internațional semnele „PURCARI”, IR 939 301, protejat în clasa CIPS 33 pe teritoriul a 3 state ale lumii; „ROȘU DE PURCARI”, IR 867 059 protejat în clasa CIPS 33 pe teritoriul a 33 de state și „NEGRU DE PURCARI”, IR 867 058 protejat în clasa CIPS 33 pe teritoriul a 37 state ale lumii. (f. d. 18 – 20, 32 – 40, vol. I)

Cu mult după perioadă menționată, și *anume*, la 03 martie 2014, a fost adoptată decizia de înregistrare a mărcii „CRAMA PURCARI” cu nr. depozit 033 023 din 26 aprilie 2013. (f. d. 169, vol. I)

Din aceste raționamente, este evident că semnele „PURCARI”, „ROȘU DE PURCARI”, „NEGRU DE PURCARI” și „CHATEAU PURCARI” reprezintă mărci anterioare semnului „CRAMA PURCARI” în sensul art. 8 alin. (2) lit. a) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008, întrunind prima condiție impusă de art. 22 alin. (1) lit. a).

În vederea respectării celei de-a doua cerințe de anulare a unei mărci, instanța de recurs precizează că art. 8 alin. (1) al Legii privind protecția mărcilor, statuează că, în afara motivelor de refuz prevăzute la art.7, se refuză înregistrarea și în cazul când marca: (b) este identică ori similară cu o marcă anterioară și, din cauza identității ori similitudinii produselor și/sau serviciilor pe care le desemnează cele două mărci, există riscul de confuzie pentru consumator, inclusiv riscul de asociere cu marca anterioară.

În corespundere cu art. 6^{bis} alin. (1) al Convenției de la Paris pentru Protecția Proprietății Industriale, ratificată prin hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr. 1328 – XII din 11 martie 1993, țările uniunii se obligă, fie din oficiu dacă legislația țării o îngăduie, 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 putând 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. Se va proceda la fel atunci când partea esențială a mărcii constituie o reproducere a unei astfel de mărci notoriu cunoscute, sau o imitație putând fi confundată cu aceasta.

Contrar celor constatate de către Curtea de Apel Chișinău, recurentul S.R.L. „BRAVO WINE” consideră că nu poate fi vorba de o confuzie între două mărci formate din elemente neprotejate, atâta timp cât aceste mărci nu sunt identice.

În privința acestui punct de vedere, instanța de judecată precizează că la înregistrarea mărcilor din litigiu dreptul exclusiv, într-adevăr, nu s-a extins asupra elementului „PURCARI” (f. d. 12, vol. I), „NEGRU și PURCARI” (f. d. 14, vol. I), „ROȘU și PURCARI” (f. d. 11, vol. I) sau „CRAMA și PURCARI”, însă semnele prezentate urmează a fi cercetate în ansamblu, dar nu separat cum sugerează recurentul. Deci, societatea intimată deține drepturi exclusive asupra combinațiilor mărcilor revendicate, iar rezervele fiind constituie doar asupra elementelor în parte.

Sub acest aspect, Colegiul subliniază că prima instanța a observat că marca „CRAMA PURCARI” reprezintă o imitare semantică, vizuală, dar și fonetică a semnelor, care aparțin Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L., iar similitudinea acestora creează o confuzie pentru consumator referitor la proveniența și calitatea produselor marcate cu acest semn. Mai mult ca atât, marca contestată constituie o combinație de cuvinte care face legătură nemijlocită cu sectorul vitivinicol, de producere a vinurilor și altor băuturi alcoolice și activități aferente acestuia.

În această ordine de idei, instanța de recurs consideră justă aprecierea Curții de Apel Chișinău, potrivit căreia, semnele părților din litigiu diferă printr-un cuvânt „Crama/Vinăria”, iar înțelesul acestora este practic identic, fiind chiar sinonime.

Astfel, potrivit Dicționarului Explicativ al Limbii Române, pe de o parte substantivul „vinărie” semnifică o pivniță în care se păstrează (și se vinde) vinul; depozit de vin, iar pe de altă parte substantivul „cramă” este definit ca o clădire (la o vie) cu pivniță în care se prepară, depozitează și se consumă vinul. În mod firesc, oricare consumator de vinuri (inclusiv îmbuteliate) asociază termenul crama în

combinație cu denumirea geografică Purcari, drept un produs fabricat într-un amplasament special destinat pentru această activitate, care se află în respectiva zonă geografică. Fără dubii, un consumator mediu va aborda întotdeauna aceste semne cu o legătură puternică între ele și respectiv le va asocia.

Colegiul statuează că împerejurarea descrisă mai sus a fost demonstrată prin sondajul de opinie elaborat de către Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „C.B.S. - AXA” (f. d. 75 – 102, vol. I), conform căruia, denumirea „CRAMA PURCARI” este asociată, în proporție 91% cu produsele și activitatea „VINĂRIEI PURCARI”, printre care 50 % cu „Vinăria Purcari” nemijlocit, iar 41 % cu o agenție agro – turistică din Purcari sau podgoriile Purcari (f. d. 81, vol. I). La fel, fiind întrebați direct despre asocierea semnelor „CRAMA PURCARI” și „VINĂRIA PURCARI”, 71 % din respondenți au afirmat că acestea aparțin unei și aceleași persoane (f. d. 83, vol. I).

În esență, din analiza argumentelor din recursul declarat de către avocatul Andrei Bivol în interesele S.R.L. „BRAVO WINE”, instanța de recurs reține că ultimul invocă că sondajul urmează a fi apreciat critic în partea constatării notorietății unei mărci, dar nu în partea administrării acestuia referitor la respingerea cerinței privind anularea semnului din speță. De altfel, în acest sens, legea nu prevede o anumită formă pentru el. Corespunzător, relevanța, admisibilitatea și veridicitatea acestui înscris nu a fost contestată de către recurent, fiind reținută de către prima instanță în susținerea poziției relatate supra cu respectarea art. 130 CPC.

Suplimentar, conform art. 7 alin. (1) lit. c) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008, se refuză înregistrarea: mărcilor constituite exclusiv din semne ori din indicații ce pot servi în comerț pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, originea geografică, timpul fabricării produsului sau prestării serviciului, alte caracteristici ale acestora.

Din aceste raționamente, Colegiul decelează că termenii „CRAMA PURCARI” fac parte din terminologia specializată, care desemnează caracteristicile relevante ale produselor și serviciilor de vitivicolă, fiind considerați descriptivi. În aceste cazuri, accepțiunea lor este identificată imediat de către consumatori, cărora li se adresează aceste servicii. Așadar, este suficient pentru anulare unei mărci faptul că termenii sunt utilizați drept o descriere sau o caracteristică a produselor sau serviciilor revendicate. (a se vedea Hotărârea din 17 septembrie 2008, T – 226/07, „PRANAHAUS”, pct. 36)

O altă circumstanță esențială pentru litigiu, determinată de către instanța de fond și care nu a fost combătută de către recurent, este că S.R.L. „BRAVO WINE” nu desfășoară activitate de producere, depozitare, comercializare a vinurilor în sat. Purcari. De altfel, Centrul de Sănătate Publică raional Ștefan Vodă a confirmat că S.R.L. „BRAVO WINE” nu a solicitat autorizație sanitară de funcționare în circumscripția raionului Ștefan Vodă (f. d. 176, vol. II).

În același timp, conform procesului - verbal nr. 036-4/2015, la 29 decembrie 2015, executorul judecătoresc Anatolie Mațarin a constatat că la adresa s. Purcari, str. Gr. Vieru 134, raionul Ștefan Vodă, recurentul nu desfășoară activitate de producere a vinului, precum și faptul că nu sunt amplasate spații sau beciuri pentru păstrarea sau

fabricarea vinului în scopuri comerciale. La fel, a fost stabilit că în acel spațiu se află o casă de locuit ce aparține cet. Malachi Oleg. (f. d. 177 – 181, vol. II)

Astfel, prin probatoriul administrat s-a demonstrat că pârâta nu deține nici o autorizație sanitară pentru profilul de activitate - prelucrarea strugurilor, fabricarea, depozitarea, îmbutelierea și realizarea vinului nici în regiunea Sălcuța, invocând aceste spațiu în calitate de apărare a poziției sale. (f. d. 182, vol. II). În realitate, potrivit Ordinului Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare nr. 50 din 04 aprilie 2012 (f. d. 181 – 183, vol. I), microraioul vitivinicol Sălcuța face parte din aria geografică pentru producerea vinurilor cu denumire de origine - Căușeni.

Subsidiar, instanța de recurs învederează că Institutul Științific Practic de Horticultură și Tehnologii Alimentare a comunicat că din plantațiile înființate în anii 2011 – 2013, roada pentru fabricarea vinurilor la scară comercială ar fi putut obținute abia în anul 2015, ceea ce pune la îndoială faptul că societatea pârâta ar fi putut obține roadă pentru fabrica de vinuri la scară comercială. (vol. II, f. d. 175)

Ansamblul celor relatate, denotă în mod cert că, în lipsa unui spațiu industrial de producție a vinului în sat. Purcari, raionul Ștefan Vodă, înregistrarea mărcii „CRAMA PURCARI” de către S.R.L. „BRAVO WINE” are drept scop obținerea avantajelor prin exploatarea capacității elementelor distinctive ale intimatului de atragere a clienței. Așadar, argumentul recurentului precum că semnul din litigiu a fost promovat independent urmează a fi respins și nu are forță de convingere de a schimba situația constată de prima instanță și de instanța de recurs.

În atare circumstanțe, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ lărgit al Curții Supreme de Justiție conchide că au fost întrunite cerințele de anulare a mărcii „CRAMA PURCARI”, depozit nr. 033023 din 26 aprilie 2013, nr. 25385 din 03 aprilie 2014, stipulate în art. 22 alin. (1) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, iar recursul declarat numai pe acest capăt de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova, va fi respins ca neîntemeiat.

Cu referire la cerința privind constatarea notorietății mărcii „VINARIA PURCARI”, verbal, caractere standard în clasa de produse CIPS 33 și clasele de servicii CIPS 35 și 39, începând cu data de 31 decembrie 2004, admisă de către Curtea de Apel și contestată cu recurs de către S.R.L. „BRAVO WINE”, instanța de judecată reține următoarele.

Totodată, având în vedere că, la 07 octombrie 2015, a fost primită în procedură cererea de extindere a pretențiilor cu privire la constatarea notorietății, instanța de recurs va aplica art. 32¹ – 32⁷ al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008 privind protecția mărcilor, cu modificările legislative operate prin Legea nr.162 din 30 iulie 2015, în vigoare 28 august 2015.

Conform art. 2 al Legii citate, marca notorie este definită ca 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.

Colegiul remarcă că notorietatea mărcii pe teritoriul Republicii Moldova se constată în baza criteriilor stipulați expres în art. 32⁵ alin. (1) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008, însă, în temeiul alineatului 2 al aceluiași articol, pot fi luate în considerare și alte criterii relevante pentru o marcă notorie.

Relativ la cele indicate supra, Colegiul propune examinarea consecutivă a celor patru cerințe obligatorii, în raport cu criticile aduse de recurentul S.R.L. „BRAVO WINE” și apărările prezentate de către Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L.

Pentru început, art. 32⁵ alin. (1) lit. a) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008, prevede că notorietatea mărcii pe teritoriul Republicii Moldova se constată în temeiul următoarelor criterii: 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.

La caz, în privința primei condiții, avocatul Andrei Bivol în interesele S.R.L. „BRAVO WINE” susține că semnul „VINĂRIA PURCARI” trebuie să fie notoriu în cadrul unui segment de public vizat, care este format din consumatori, specialiștii din ramura respectivă, persoanele implicate în rețelele de distribuție a produselor și rețeaua de afaceri al căror obiect îl constituie produsele a cărui obiect este marca.

Instanța de recurs notează că în viziunea recurentului marca urmează a fi identificată cumulativ de toți cei nominalizați de el mai sus.

În pofida acestei opinii, se evidențiază că legislatorul operează în art. 32⁵ alin. (1) lit. a) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008 cu conjuncțiile „și/sau” și „ori”, care denotă că recunoașterea unui semn nu trebuie făcută obligatoriu de către consumatori și de alte persoane, ci de consumatori sau/fie de alte persoane. Mai mult ca atât, potrivit art. 32² alin. (3) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008, prin segment de public vizat se înțelege una din categoriile enumerate acolo, dar nu impune obligația ca marca să fie recunoscută de fiecare separat.

Prin urmare și în baza aplicării regulilor de interpretare logică a legii materiale, instanța de recurs acceptă obiecția exprimată de către Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. în referință formulată în întâmpinarea cererii de recurs și respinge argumentului recurentului în această parte.

În acest context, Colegiul reține că sondajul de opinie elaborat de către Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „C.B.S. - AXA” a fost realizat pe un eșantion de 350 persoane, dintre care în proporție de 96,5 % persoane cu studii cel puțin medii, inclusiv 61,2 % au studii superioare. Concomitent, se arată că aproximativ 80 % sunt consumatori frecvenți de vinuri îmbuteliate, doar 20,3 % au afirmat că achiziționează foarte rar vinuri îmbuteliate. (vol. I, f. d. 76 – 77)

Astfel, potrivit sondajului, 80 % din respondenți consideră „VINĂRIA PURCARI” ca fiind cea mai cunoscută zonă ca producător de vinuri autohtone. În comparație, pentru „CRICOVA” au optat 3,1 % și pentru „Mileștii Mici” 1.1% (vol. I,

f. d. 78). La fel, 99,7 % din respondenți cunosc faptul că „VINĂRIA PURCARI” este producător de vinuri, iar 93 % din ei asociază nemijlocit marca de vinuri „VINĂRIA PURCARI” cu VINĂRIA PURCARI (vol. I, f. d. 79). În plus, instanța evidențiază că 76 % cei chestionați au consumat personal vinurile „VINĂRIEI PURCARI” și 46 % din ei au comunicat că cel puțin o cunoștință de a dumnealor, a consumat nemijlocit aceste vinuri (vol. I, f. d. 79).

Recurentul S.R.L. „BRAVO WINE” pretinde că sondajul prezentat urmează a fi apreciat critic, deoarece are contradicții inexplicabile, lipsește reprezentativitatea și nu a fost întrebat un specialist din ramură.

Cu privire la primul argument, instanța de judecată notează că recurentul a sumat consumatorii cu răspunsurile „rar” (45, 1 %) cu cei foarte rar (20,3 %), obținând rezultatul 65,4 % de respondenți, care cumpără vinuri îmbuteliate rar și foarte rar. (vol. I, f. d. 102, *a se vedea* întrebarea 18 „Cât de des cumpărați vinuri îmbuteliate”). Astfel, recurentul consideră că există o contradicție cu faptul că 80 % din respondenți sunt consumatori frecvenți de vinuri îmbuteliate și doar 20,3 % au declarat că achiziționează foarte rar asemenea vinuri cu suma obținută de el.

În atare situație, se atestă că Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „C.B.S. - AXA” a conchis în ambele cazuri că 20,3 % din respondenți cumpără foarte rar vinuri îmbuteliate (*a se vedea* vol. I f. d. 77 și 102), fiind date identice. Iar, în partea cu privire la faptul că „80 % din respondenți sunt consumatori frecvenți de vinuri îmbuteliate”, însă 65,4 % cumpără rar și foarte rar vin îmbuteliat, Colegiul consideră că nu există o contradicție, atâta vreme, cât „a fi consumator de vin” nu impune obligația „de a cumpăra vin”, existând posibilitatea, *spre exemplu*, ca acea persoană să aleagă pentru consum vin îmbuteliat dintre mai multe tipuri de băuturi sau să consume vin îmbuteliat în dependență de ocazia sau evenimentul apărut.

De fapt, directorul „C.B.S. - AXA”, Ion Jigău, audiat de către prima instanță, a specificat că nu există nici o confuzie între aceste concluzii, întrucât frecvența cumpărării vinurilor este diferită, astfel încât, 50 % cumpără poate mai rar decât o dată în lună vinuri îmbuteliate, dar asta nu înseamnă că el nu este cumpărător avizat. Mai mult, a precizat că „depinde de atitudinea omului, care estimează cât de rar cumpără sau cât de rar consumă vinul îmbuteliat; poate să fie rar, dar să consume des, iar pentru cineva o dată în an este rar, totul este relativ în cazul dat, deoarece nu au fost intervievați cei care au cumpărat produse”. (vol. III, f. d. 162)

În același timp, recurentul a invocat că autorul sondajului ar fi fost efectuat în mai multe centre comerciale, ceea ce nu poate fi reținut, or din analiza înscrisului prezentat de intimat se observă la rubrica „Date generale” că realizarea interviurilor a avut loc într-un supermarket, unde sunt prezente vinuri. (vol. I, f. d. 76)

Un alt punct de vedere al recurentului arată că sondajul este lipsit de reprezentativitate, însă fără indica temeiul și suportul legal al acestui argument. În lipsa indicării circumstanțelor de drept, instanța de recurs a statuat că este o alegație, care nu constituie în sine o încălcare esențială a normelor de drept procedural, manifestată prin aprecierea arbitrară a acestui chestionar, după cum este stipulat în art. 432 alin. (4) CPC.

În continuare, recurentul sugerează că nu a fost chestionat un specialist din ramura respectivă a industriei și a comerțului, care este o condiție obligatorie pentru constatarea notorietății unei mărci, invocând art. 32⁶ alin. (1), (3), (5) al Legii privind protecția mărcilor.

Conform alin. (5) al articolului citat, 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.

Este adevărat că nu a fost interviuat specialist din ramura vitivinicolă, împrejurare confirmată de către directorul „C.B.S. - AXA”, Ion Jigău, în fața primei instanței, declarând că în supermarket-uri nu sunt atât de mulți specialiști, ar fi doar 1 – 2 persoane, fiind un număr destul de mic pentru un sondaj. (vol. III, f. d. 164)

Cu toate acestea, Colegiul lărgit punctează că în temeiul art. 442 alin. (1) Codul de procedură civilă, instanța de recurs verifică legalitatea hotărârii atacate în limitele invocate în recurs, iar potrivit art. 437 alin. (1) lit. f) din Codul de procedură civilă, cererea de recurs trebuie să cuprindă esența și temeiurile recursului, precum și argumentul ilegalității deciziei atacate.

În atare situație, instanța de judecată observă că recurentul a generalizat că s-a încălcat norma de drept material, fără a specifica prin ce s-a manifestat această aplicare eronată a legii. Or, prin simpla introducere în conținutul recursului a dispozițiilor art. 32⁶ alin. (1), (2) și (5) al Legii privind protecția mărcilor (vol. IV, f. d. 12), nu rezultă în mod cert procedeul juridic prin care nerespectarea acestor prevederi legale ar putea influența legalitatea soluției privind admiterea cerinței de constatare a notorietății mărcii „VINĂRIA PURCARI”.

Astfel, Colegiul Curții Supreme de Justiție subliniază că argumentul examinat mai sus nu se circumscrie ipotezei reglementate de art. 432 alin. (2) Codul de procedură civilă, în lipsa indicării normei de drept material încălcate sau greșit aplicate de Curtea de Apel Chișinău, el relevând, în realitate, nemulțumirea S.R.L. „BRAVO WINE” față de modul de administrare sau interpretare a probelor în raport cu situația de fapt.

În concluzie, nu a fost arătată sancțiunea legală pentru situația juridică atunci când produsele de consum nu sunt chestionate de către specialiști din ramura respectivă a industriei, fiind un criteriu indispensabil pentru constatarea ilegalității unei concluzii judecătorești, iar în lipsa acestui element esențial, instanța apreciază că această poziție nu a fost motivată pe deplin de către recurent, urmând a fi respinsă ca neîntemeiată.

Cu probele administrate în cauză și în lipsa unei motivări ample a recursului declarat de către avocatul Andrei Bivol, instanța de fond a reținut cu justețe întrunirea primului criteriu la constatarea notorietății stipulat în 32⁵ alin. (1) lit. a) al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008.

În aceeași succesiune de idei, art. 32⁵ alin. (1) lit. b) al Legii privind protecția mărcilor prevede a doua condiție, *și anume*, marca posedă un grad înalt de distinctivitate, inerentă sau dobândită ca rezultat al utilizării intensive.

În opinia recurentului, semnul „VINĂRIA PURCARI” nu constituie o marcă în sensul Legii privind protecția mărcilor, iar instanța de fond nu a luat în considerație faptul că distincțiile pe care le-a primit compania intimată i-au fost oferite în cea mai mare parte pentru produsele care sunt identificate cu alte mărci (ex: „PURCARI”, „ALB de PURCARI” sau „ROȘU de PURCARI”).

Corespunzător, instanța de recurs consideră că „VINĂRIA PURCARI” constituie un semn în accepțiunea art. 2 al Legii nr. 38-XVI din 29 februarie 2008, care servește la individualizarea și deosebirea produselor și/sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice.

Conjunctura descrisă rezidă din sondajul prezentat de către intimat și administrat de către prima instanță, potrivit căruia, 99,7 % din respondenți cunosc faptul că „VINĂRIA PURCARI” este producător de vinuri, iar 93 % din ei asociază nemijlocit marca de vinuri „VINĂRIA PURCARI” cu VINĂRIA PURCARI (vol. I, f. d. 79). La fel, instanța evidențiază că 76 % cei chestionați au consumat personal vinurile „VINĂRIEI PURCARI” și 46 % din ei au comunicat că cel puțin o cunoștință de a dumnealor, a consumat nemijlocit aceste vinuri. Această împrejurare confirmă că persoanele intervievate cunosc semnul distinctiv al intimatului, deși produsele sale se individualizează sub alte mărci. (vol. I, f. d. 79)

În aceeași ordine de idei, se atestă că în cazul în care un consumator mediu poate diferenția produsele acestui producător de vin, iar 50 % dintre cei chestionați au afirmat că „VINĂRIA PURCARI” a început să fie promovată pe teritoriul Moldovei începând cu anul 1996, este evident că a fost demonstrată promovarea intensivă a semnului pretins notoriu. Mai mult ca atât, această circumstanță rezultă și din constatările primei instanțe, potrivit căreia, numai în perioada 2004 și până în 2009, a vândut pe teritoriul Moldovei 617 000 sticle de vin în sumă de circa 34 000 000 lei.

Cât privește al treilea criteriu de stabilire a notorietății mărcii „VINĂRIA PURCARI”, care este definit după cum urmează „marca este larg cunoscută pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv din publicitate”, recurentul a menționat că notorietatea semnului „VINĂRIA PURCARI” este datorată notorietății regiunii, obținută cu mult înaintea apariției companiei reclamante și a produselor sale.

În dezacord cu recurentul, Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. a remarcat că notorietatea regiunii este rezultatul exclusiv al eforturilor sale.

În lumina celor relatate, Colegiul subliniază că prima instanța în mod legal a pornit de la premisa că intimata deține mai multe diplome, printre care: Diplomă pentru participare la Ziua Națională a Vinului 2009; Diplomă pentru participare la Sărbătoarea Vinului 2004; Diplomă pentru Participare la expoziția națională patronată de Guvernului Republicii Moldova — 2007; Diplomă pentru vin de calitate superioară alb sec „CHARDONNAY DE PURCARI”, anul roadei 2003; Certificat de participare la expoziția internațională specializată, ediția a XV-a EXPO\TN Moldova 2006; Marele Premiu al Președintelui Republicii Moldova, Ziua Națională a Vinului,

anul 2008; Certificat de participare la expoziția internațională specializată „Ediția a XVI-a EXPOVIN Moldova” 2007; Diplomă pentru participarea la sărbătoarea „Ziua Națională a Vinului”, ediția 2008. (vol. I, f. d. 53 - 60)

De fapt, înscrisul prezentat de către Î. M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. cu distincțiile primite pe parcursul anilor 2002 – 2014 pentru produsele sale (vol. I, f. d. 61 – 62), precum și planșele fotografice care arată publicitatea vastă efectuată de către intimat (vol. I, f. d. 63 – 73), nu au fost negate de către recurent, ceea ce denotă promovarea mărcii pe teritoriul Republicii Moldova, fiind probe veridice și pertinente litigiului în speță.

La fel, a fost reținut că, prin decretul Președintelui Republicii Moldova nr. 316 din 05 octombrie 2012, în semn de înaltă prețuire a meritelor deosebite în dezvoltarea industriei viticole, pentru contribuție substanțială la modernizarea întreprinderii și succeselor obținute în activitatea de producție și în cadrul expozițiilor internaționale, a fost conferit societății intimat „Ordinul Republicii”. De fapt, potrivit art. 13 din Legea 1123 din 30 iulie 1992 cu privire la distincțiile de stat ale Republicii Moldova, este distincția de stat supremă și se conferă pentru merite excepționale în toate domeniile de activitate întru binele Patriei și al omenirii. (vol. I, f. d. 74)

Instanța de recurs evidențiază că recurentul nu a combătut nici aprecierea instanței de apel cu privire la faptul că în urma recunoașterii eforturilor considerabile depuse la fabricarea vinurilor de calitate înaltă, propagarea calității excelente a vinurilor moldovenești și promovarea imaginii țării pe arena internațională, societății reclamante i s-a decernat Marele Premiu pentru merite deosebite în domeniul vitivinicol pe anul 2012, precum și, i-a fost înmănat de către reprezentanța Casei Regale a României, brevetul care atestă calitatea de furnizor al acesteia pe o perioadă de 3 ani.

Mai mult ca atât, un alt argument care urmează a fi reținut și de către instanța de recurs este că, potrivit scrisorii nr. 14/01 din 20 ianuarie 2016, Oficiului Național al Viei și Vinului a comunicat că în perioada anilor 2013 – 2015 în regiunea Purcari delimitată prin ordinul Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare nr. 50 din 04 aprilie 2012, intimatul a produs 67,73 % din producția totală de vinuri, ceea ce îndeplinește volumul de 100 % pentru sat. Purcari, fiind unicul producător industrial de vinuri. (vol. II, f. d. 158 – 159)

În viziunea instanței de recurs, circumstanțele relatate nu pun la îndoială întrunirea criteriului prevăzut de art. 32⁵ alin. (1) lit. c) al Legii privind protecția mărcilor.

O ultima condiție, prevăzută în art. 32⁵ alin. (1) al legii indicate mai sus, este ca marca posedă valoare comercială ca rezultat al folosirii îndelungate și intensive în țară sau pe piața mondială.

Din această perspectivă, în mod corect, instanța de apel a statuat că potrivit raportului de evaluare a mărcii comerciale „VINĂRIA PURCARI”, întocmit de evaluatorul Ciorba Aliona, se constată că, valoarea de piață a mărcii comerciale „VINĂRIA PURCARI”, constituie 4 600 000 lei. (vol. II, f. d. 128 - 139)

În acest context, instanța de recurs remarcă că prima instanța a respins întemeiat poziția recurentului cu privire la faptul că raportul a fost întocmit de către o persoană necompetentă, atâta vreme cât, Ciorba Aliona a fost atestată în modul prevăzut de lege, confirmat prin Certificatul de calificare, înscris în Registrul național al evaluatorilor de proprietate intelectuală nr. 023 – RE din 02 iunie 2015, valabil până la 02 iunie 2020 (vol. II, f. d. 139). Totodată, nu a fost probat contrariul la împrejurarea că activitatea de evaluare a obiectelor de proprietate intelectuală nu este supusă licențierii obligatorii, astfel nefiind necesară introducerea acestui gen de activitate în actele de constituire a întreprinderii pentru a o putea desfășura.

În partea ce ține de neconcordanța dintre metoda utilizată de evaluator la calcularea valorii mărcii, instanța de recurs învederează că nici recurentul nu a prezentat un calcul care ar pune la îndoială corectitudinea rezultatului obținut. Or prin simpla exemplificare a formulelor de calcul, fără a combate veridicitatea informației prezentate, argumentele recurentului sunt doar niște supoziții, fără relevanță juridică în prezenta speța, iar în lipsa unor probe pertinente și concludente urmează a fi respinse.

Mai mult ca atât, în consolidarea poziției cu privire la valoarea mărcii din litigiu, instanța reține că potrivit companiilor de consultanță MPP CONSULTING (Ucraina) în cooperare cu INCREDOCON (Moldova), în anii 2011 și 2013, unul din brandurile de bază ale „VINĂRIEI PURCARI” este plasat pe locul 2 în lista celor mai valoroase mărci din Moldova, fiind estimată de terțe la suma de peste 23 000 000,00 USD. (vol. II, f. d. 17 - 22)

La acest capitol și având în vedere cele constate supra, Colegiul notează că recurentul S.R.L. „BRAVO WINE” nu a demonstrat ilegalitatea soluției primei instanțe cu privire la constatarea notorietății mărcii „VINĂRIEI PURCARI”. În esență, are o pondere juridică și concluzia că „PURCARI” este o denumire geografică a localității și nimeni nu poate deține dreptul exclusiv asupra acesteia, iar desemnarea „VINĂRIEI PURCARI” ca fiind notorie, nu va acorda titularului acesteia dreptul de a interzice terților utilizarea loială a denumirii geografice „PURCARI”.

În corespundere cu art. 96 alin. (1) și (1¹) Codul de procedură civilă, instanța de recurs decelează că din punct de vedere teoretic argumentul recurentului precum că instanța de fond nu putea să se pronunțe asupra cheltuielilor de asistență juridică ce urmau a fi suportate de intimată în recurs, este unul corect. Însă, la mod practic și luând în considerație că intimatul Î.M. „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. a fost reprezentat de către avocatul Iulian Iorga în procedura judecării recursului, materializată prin depunerea referințelor la ambele recursuri, se distinge că suma de 40 235,84 lei pentru asistență juridică, solicitată în faza procesual anterioară pentru întreg procesul de judecată este reală, necesară și rezonabilă.

Astfel, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ lărgit al Curții Supreme de Justiție notează că recurentul a beneficiat de o procedură contradictorie. Acesta a putut să prezinte, în diverse etape ale acesteia, argumentele pe care le considera pertinente pentru apărarea intereselor sale, iar deciziile de respingere a poziției sale au fost motivate în prima instanța și completate în instanța de recurs, iar,

în final, ajunge la concluzia de a respinge recursurile declarate de avocatul Andrei Bivol în interesele Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE” și de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova.

În conformitate cu art. 445 al. (1) lit. a) CPC, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ lărgit al Curții Supreme de Justiție,

d e c i d e:

Se respinge recursul declarat de către avocatul Andrei Bivol în interesele Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE”.

Se respinge recursul declarat de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova.

Se menține decizia Curții de Apel Chișinău din 26 iulie 2016 în pricina civilă la cererea de chemare în judecată depusă de către Întreprinderea Mixtă „VINĂRIA PURCARI” S.R.L. împotriva Societății cu Răspundere Limitată „BRAVO WINE”, intervenienți accesorii Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova privind anularea mărcii, constatarea notorietății mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată.

Decizia este irevocabilă din momentul emiterii.

Președintele ședinței,

Judecătorul:

Tatiana Vieru

Judecătorii:

Svetlana Filincova

Nicolae Craiu

Oleg Sternioală

Mariana Pitic