

MARCA COMUNITARĂ – O OPORTUNITATE PENTRU COMPANII**Olesea BLAȘCU***Univeritatea de Stat „B.P. Hasdeu” din Cahul*

Interesul major al sistemului mărcii comunitare este de a permite întreprinzătorilor să identifice produsele și serviciile lor de cele asemănătoare ale altor agenți economici pe întreg teritoriul Uniunii Europene. Marca comunitară le permite, printr-o procedură unică la Oficiul de Armonizare a Pieței Interne, înregistrarea unei mărci care va beneficia de o protecție uniformă și își va produce efectele pe tot teritoriul UE. Obiect de proprietate, marca comunitară poate fi transmisă prin licență, poate fi cesionată sau poate face obiectul altor drepturi reale.

Cuvinte-cheie: *marcă comunitară, produse și servicii, drepturi reale, Uniunea Europeană.*

LA MARQUE COMMUNAUTAIRE – L'OPORTUNITÉ AUX ENTREPRISES

L'intérêt majeur du système de la marque communautaire est de permettre aux entreprises d'identifier leurs produits et services de façon identique sur tout le territoire de l'Union Européenne (UE). La marque communautaire leur permet, par une procédure unique devant l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI), l'enregistrement d'une marque qui bénéficiera d'une protection uniforme et produira ses effets sur tout le territoire communautaire. Objet de propriété, la marque européenne peut être concédée en licence, être cédée, ou faire l'objet d'autres droits réels.

Mots-clés: *marque communautaire, produits et services, droits réels, Union Européenne.*

În economia de piață, utilizarea mărcilor este supusă unor constrângeri juridice și financiare, ceea ce atestă importanța crescândă ce li se atribuie de către societatea contemporană. În esență, politica de marcă vizează obiective dictate de necesitatea individualizării și diferențierii produselor și serviciilor față de cele ale concurenței, în funcție de specificul segmentelor de piață în raport cu avantajele și calitățile tehnice, de performanțele a căror valorificare se urmărește.

De fapt, putem afirma că marca este instrumentul prin care produsele sau serviciile pot fi cunoscute de către consumatori, întreaga societate de astăzi gravitând în jurul brand-urilor.

De fapt, în ceea ce privește mărcile, va exista întotdeauna tentația utilizării ilicite, unii așa-zii „întreprinzători” încercând să profite de renumele, de faima sau de investițiile în publicitate ale deținătorului legal al mărcii, dar..., din păcate, în detrimentul calității produselor respective.

Toți giganzii economici, și nu numai, au înțeles importanța protejării și apărării propriilor mărci. Beneficiind de protecție în condițiile legii, numai titularul are dreptul exclusiv de „exploatare” a brand-ului respectiv.

De mai bine de cincisprezece ani, atât companiile, cât și persoanele fizice au la îndemână un sistem unic pentru a-și proteja afacerile (ideile), sistem ce a fost implementat de Uniunea Europeană la 1 aprilie 1996 și guvernat de Oficiul de Armonizare a Pieței Interne de la Alicante. Prin înregistrarea mărcii comunitare se obține un titlu unic ce asigură o protecție unitară pe întreg teritoriul Uniunii Europene și care produce aceleași efecte în ansamblul acesteia [7].

Marca comunitară a fost instituită prin Regulamentul Consiliului privind marca comunitară din 20 decembrie 1993 [1].

Conform art.4 al Regulamentului CE 40/94, „pot constitui mărci comunitare toate semnele care pot avea o reprezentare grafică, în special cuvintele, inclusiv numele de persoane, desenele, literele, cifrele, forma produsului sau a ambalajului său, cu condiția ca astfel de semne să permită distincția între produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altora”.

Regulamentul de asemenea prevede: „Mărcile de produse sau servicii înregistrate în condițiile și conform modalităților prevăzute în prezentul Regulament sunt denumite în continuare „mărci comunitare”. Marca comunitară are un caracter unitar. Are aceleași efecte în întreaga Uniune Europeană: nu poate fi înregistrată, transferată, nu poate face obiectul unei renunțări, al unei decizii de revocare a drepturilor de titular sau de nulitate și folosirea sa nu poate fi interzisă decât în cadrul Uniunii” [1; art.1].

Avantajele mărcii comunitare [8]:

✓ O marcă comunitară acoperă întreaga piață a UE, având 27 de state și peste 350 mil. de locuitori (respectiv, de potențiali consumatori/utilizatori ai produselor sau serviciilor sub marcă);

✓ Pentru înregistrare, se folosește o singură cerere, depusă la un singur oficiu, o singură procedură de înregistrare, o singură limbă utilizată în procedură;

✓ Costurile sunt mai mici comparativ cu înregistrarea mărcii în fiecare din statele membre ale UE sau cu protejarea acestora prin Sistemul Madrid (Aranjamentul + Protocolul de la Madrid);

✓ Înregistrarea mărcii comunitare nu este condiționată de înregistrarea prealabilă a mărcii la nivel național, respectiv în țara de origine;

✓ Cererea poate fi completată și depusă în oricare din cele 23 de limbi oficiale ale statelor membre, cu mențiunea că procedurile ulterioare să se desfășoare, la alegerea solicitantului, în una din cele cinci limbi oficiale ale OHIM: franceza, engleza, germana, italiana sau spaniola;

✓ Tot ce se întâmplă cu o marcă comunitară înregistrată va avea aceleași efecte în toate țările Uniunii Europene;

✓ Utilizarea mărcii într-un stat membru determină validitatea mărcii în ansamblul Uniunii Europene și permite evitarea decăderii mărcii pe motiv de nefolosire pe o perioadă neîntreruptă de 5 ani.

✓ Cererea de marcă comunitară, care nu este acceptată la protecție în una sau mai multe țări ale Uniunii Europene, poate să fie transformată în cereri de mărci naționale în celelalte țări ale UE, unde nu sunt motive de refuz, păstrând data de prioritate sau de depozit a cererii inițiale a mărcii comunitare (așa-numita „procedură de conversie”);

✓ Aderarea Uniunii Europene la Protocolul privind Aranjamentul de la Madrid permite un acces mai larg solicitanților/titularilor de marcă care doresc să-și protejeze mărcile la nivel internațional, oferindu-li-se totodată două posibilități:

- de a obține o înregistrare internațională pe baza unei mărci comunitare;
- de a obține protecția unei mărci comunitare pe baza unui depozit de marcă internațională înregistrată prin Sistemul Madrid.

Totodată, prin aderarea de noi state membre, mărcile comunitare anterior înregistrate sau depuse spre înregistrare își extind în mod automat efectele și pe teritoriul acestora.

Arhitectura comunitară a dreptului mărcilor prevede coexistența regimurilor naționale ale mărcilor cu aceea a mărcii comunitare. Proprietatea intelectuală (și, implicit, dreptul mărcilor) este guvernată de o serie de convenții internaționale care nu stabilesc drepturi „internaționale” de proprietate intelectuală, ci consacra numai proceduri de recunoaștere a drepturilor legiferate deja într-un stat pe teritoriul altui stat [5].

Marca comunitară are următoarele caracteristici [8]:

a. Caracterul unitar. Prin înregistrarea mărcii comunitare se obține un titlu unic ce asigură o protecție unitară pe întreg teritoriul Uniunii Europene și care produce aceleași efecte în ansamblul acesteia. În consecință, înregistrarea, transferul sau abandonul unei mărci va avea automat efect în toate țările membre ale Uniunii Europene, iar deciziile privind validitatea și drepturile conferite de marca comunitară vor avea un efect unitar.

b. Coexistența cu drepturile naționale de marcă. Protecția prin marca comunitară nu are un caracter obligatoriu și nici exclusiv, ci constituie și un sistem independent de protecție care nu se substituie mărcii naționale și nici celei internaționale.

c. Revendicarea vechimii (seniority) unei mărci naționale. Titularul unei mărci comunitare care are o marcă identică obținută pe cale națională sau internațională va putea revendica vechimea mărcii respective. Invocarea vechimii unei mărci are ca efect faptul că atunci când înregistrarea națională, a cărei revendicare a fost cerută și acceptată decade, ea nu va trebui să fie reînnoită pentru a se menține drepturile ce decurg din înregistrarea ei. Această revendicare poate fi făcută odată cu depunerea cererii, în termen de 2 luni sau în orice moment după înregistrarea mărcii.

d. Transformarea mărcii comunitare în marcă națională. Orice cerere de marcă comunitară care nu a putut fi înregistrată va putea fi transformată în marcă națională. Această transformare necesită depunerea aceleiași cereri la oficiile naționale în care nu există obstacol la înregistrare, cererea beneficiind de data de depozit a cererii de marcă comunitară sau de cea de prioritate invocată și acceptată.

De asemenea, marca comunitară îndeplinește trei funcții esențiale la nivel european:

- ✓ identifică proveniența produselor și a serviciilor;
- ✓ garantează consecvent calitatea prin caracterul evident al angajamentului companiei față de consumator;
- ✓ este o formă de comunicare și servește drept bază pentru publicitate [3, p.186].

Orice persoană fizică sau juridică poate să depună o cerere de marcă comunitară, dacă îndeplinește una din următoarele condiții:

- ✓ are naționalitatea unui stat membru al Uniunii Europene, al unui stat membru al Convenției de la Paris sau al Organizației Mondiale a Comerțului;
- ✓ are domiciliul, sediul sau o întreprindere industrială sau comercială efectivă și serioasă pe teritoriul Uniunii Europene, pe teritoriul unui stat membru al Convenției de la Paris sau al Organizației Mondiale a Comerțului.

Dacă nu îndeplinește niciuna dintre aceste condiții, există posibilitatea obținerii unei înregistrări de marcă comunitară dacă există un acord de reciprocitate între țara solicitantului și Uniunea Europeană (ex. Taiwan) [4, p.13].

Se disting în principal mărcile verbale, mărcile figurative, mărcile complexe compuse din unul sau mai multe cuvinte și/sau din semne vizuale, mărcile tridimensionale.

Marca este un semn care trebuie:

- ✓ să permită să se distingă produsele sau serviciile unei firme de cele ale altora;
- ✓ să poată fi reprezentată grafic.

Exigența legală a reprezentării grafice se justifică mai ales prin necesitatea de a putea înregistra și publica marca și de a permite căutări în registru. CJCE a stabilit condițiile pentru noțiunea de reprezentare grafică: *ea trebuie să fie clară, precisă, completă în ea însăși, ușor accesibilă, inteligibilă, durabilă și obiectivă.*

Procedurile naționale de înregistrare sunt proprii fiecărui stat membru, ele nu sunt armonizate printr-o directivă, așa încât relevantă pentru acest domeniu este procedura de înregistrare a mărcii comunitare.

Solicitantul poate depune o cerere de înregistrare a mărcii comunitare la [9]:

- ✓ Oficiul pentru armonizare în cadrul pieței interne (OHIM), în special pe cale electronică („e-filing”);
- ✓ serviciul central în domeniul proprietății industriale al unui stat membru;
- ✓ Oficiul Benelux din domeniul proprietății intelectuale.

Cererile de înregistrare a unei mărci comunitare se depun în una din limbile oficiale ale Uniunii Europene. Solicitantul trebuie să indice o a doua limbă, care trebuie să fie una dintre limbile Oficiului (engleză, franceză, germană, italiană și spaniolă) și a cărei utilizare trebuie să o accepte ca limbă alternativă de procedură [10].

Cererile depuse la serviciile centrale din domeniul proprietății industriale sau la Oficiul Benelux sunt transmise către OHIM în termen de două săptămâni de la depunere.

Cererea trebuie să conțină următoarele elemente:

- ✓ cerere pentru înregistrarea unei mărci comunitare;
- ✓ datele care permit identificarea solicitantului;
- ✓ lista produselor sau a serviciilor pentru care se cere înregistrarea;
- ✓ reproducerea mărcii.

De asemenea, solicitantul trebuie să achite o taxă de depunere. După prezentarea documentelor și achitarea taxei, cererii i se va atribui o dată de depunere.

O persoană care a înregistrat o marcă în unul din statele care sunt părți la Convenția de la Paris sau la Acordul de instituire a Organizației Mondiale a Comerțului sau succesorul său în drepturi beneficiază, pentru a depune o cerere de marcă comunitară pentru aceeași marcă, de un drept de prioritate pe un termen de șase luni de la data depunerii primei cereri.

Titularul unei mărci anterioare înregistrate într-un stat, care depune o cerere pentru înregistrarea unei mărci identice ca marcă comunitară, poate să se prevaleze de senioritatea mărcii naționale anterioare.

Procedura de examinare a cererii de înregistrare a unei mărci comunitare cuprinde [6]:

- ✓ atribuirea unei date de înregistrare de către OHIM;
- ✓ examinarea condițiilor de înregistrare;
- ✓ examinarea privitoare la motivele absolute de refuz:
 - absența caracterului distinctiv,
 - caracter înșelător (asupra compoziției, originii),
 - semn contrar ordinii publice, bunelor moravuri;
- ✓ efectuarea unui raport de căutare comunitară de către OHIM:
 - sunt menționate mărcile comunitare și cererile de mărci comunitare anterioare,
 - se efectuează în fișierele mărcilor naționale prin intermediul oficiilor naționale, cu excepția Franței, Germaniei și Italiei,
 - publicarea în Buletinul Mărcilor Comunitare în limbile Comunității.

Dacă cererea de înregistrare este acceptată, OHIM eliberează un certificat de marcă valabil în toate cele 27 țări membre ale Uniunii Europene.

Obținerea certificatului CTM (Community Trademark) implică șapte pași [5]:

- ✓ Construirea dosarului de aplicare;
- ✓ Examinarea dosarului de către membrii comisiei OHIM;
- ✓ Marca este verificată din punctul de vedere al apartenenței la una din situațiile „absolute grounds” sau „relative grounds” (motive de refuz);
- ✓ Căutarea mărcii la oficiile naționale pentru invenții și mărci;
- ✓ Publicarea certificatului;
- ✓ Analizarea contestațiilor sau opozițiilor;
- ✓ Înregistrarea și eliberarea certificatului CTM.

Protecția inițială este de 10 ani, începând cu data înregistrării, marca putând fi reînnoită, la cererea titularului, pentru perioade de 10 ani, OHIM avertizând despre expirarea termenului.

Nu toate mărcile pot deveni Community Trademark. În Regulamentul de funcționare a OHIM există, două articole care reglementează situațiile când cererile de înregistrare pot fi respinse. Primul dintre ele se referă la „absolute grounds”, mărcile cu denumiri generale, descriptive sau tehnice. Cea de-a doua categorie de mărci improprii o constituie așa-numitele „relative grounds”, mărci notorii, consacrate, dar neînregistrate oficial.

Dar ce se întâmplă atunci când există motive de refuz, în totalitate sau în parte, al unei mărci comunitare numai pe teritoriul unora dintre statele membre? Într-o astfel de situație se aplică principiul caracterului unitar al mărcii comunitare sau, altfel spus, principiul „totul sau nimic” [2, p.62].

Conform acestui principiu, în situația în care cel puțin în unul dintre state cererea de marcă a fost respinsă pe întreaga listă de produse și servicii (cel mai des invocându-se motivul existenței unei mărci anterioare identice), cererea de marcă va fi respinsă pe întreg teritoriul UE. Dacă o marcă comunitară a fost refuzată pentru că nu a putut fi înregistrată în unul sau mai multe state membre, solicitantul are deschisă calea mult mai anevoioasă și mai costisitoare a înregistrărilor naționale, „convertind” cererea de marcă comunitară în cereri naționale în statele unde nu a primit refuz la înregistrare.

Marca comunitară este valabilă pentru un termen de 10 ani și poate fi reînnoită ori de câte ori este necesar.

În legislația comunitară, dacă titularul mărcii nu o folosește vreme de 5 ani de la data înregistrării, el decade din dreptul de proprietate asupra acesteia.

Această simplificare s-a soldat cu o reducere semnificativă în costuri în raport cu costurile generale de înregistrare la nivel național în toate sau în majoritatea din cele 27 țări membre ale Uniunii Europene. Marca comunitară a fost, de asemenea, proiectată să completeze sistemele naționale de protecție. În cazul în care solicitantii sau titularii unei mărci comunitare sunt, la fel, titularii unei mărci naționale identice pentru produse și servicii identice, aceștia pot declara superioritatea mărcii naționale. Această modalitate le permite titularilor să păstreze drepturile anterioare [3, p.186].

Odată cu aderarea a noi state la Uniunea Europeană, pentru a respecta caracterul unitar al mărcii comunitare, prin tratatele de aderare, mărcile comunitare anterior înregistrate sau depuse spre înregistrare își extind în mod automat efectul în toate noile state care aderă la Uniune. Respectând principiul unității, nu este posibil ca, funcție de data înregistrării, marca să aibă efecte numai în țările care erau membre ale Uniunii Europene la data când marca a fost înregistrată, dar nu și în statele ce au aderat ulterior [11].

Drept consecință, datorită caracterului unitar, marca comunitară va coexista (sau ar trebui să coexiste) cu toate mărcile naționale (inclusiv cu cele anterior înregistrate) din țările membre. Reciproca nu este însă valabilă; mărcile naționale nu își extind efectul pe teritoriul Uniunii Europene odată cu aderarea noilor state membre.

Modul de rezolvare a conflictelor între mărcile comunitare și cele naționale înregistrate sau depuse spre înregistrare anterior datei aderării este reglementat de articolul 159 bis din Regulamentul mărcii comunitare, care prevede:

„1. Începând cu data aderării Republicii Cehe, Estoniei, Ciprului, Letoniei, Lituaniei, Ungariei, Maltei, Poloniei, Sloveniei și Slovaciei (denumite în continuare „nou stat membru” sau „noi state membre”), o marcă comunitară înregistrată sau depusă spre înregistrare conform prezentului Regulament, având data de depozit înaintea datei de aderare, se extinde în teritoriile acestor noi state membre, cu scopul de a avea același efect în întreaga Comunitate.

2. Înregistrarea unei mărci comunitare, care a făcut obiectul unei cereri de înregistrare anterior datei aderării, nu poate fi refuzată pentru motivele absolute de refuz, enumerate în art.7 alin.(1), în măsura în care aceste motive au luat naștere exclusiv ca urmare a aderării noului stat membru.

3. Dacă o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare a fost depusă în timpul perioadei de 6 luni, care precede data aderării, se poate formula opoziție dacă o marcă anterioară sau un alt drept anterior, în sensul art.8, a fost dobândit cu bună-credință în noul stat membru și dacă, după caz, data de depozit sau a priorității, sau data de dobândire a mărcii anterioare sau a dreptului anterior (pentru mărcile și drepturile care beneficiază de protecție fără a fi înregistrate), în noul stat membru, sunt anterioare datei de depozit sau, după caz, datei priorității mărcii comunitare care face obiectul cererii.

4. O marcă comunitară, vizată la alin.(1), nu poate fi anulată:

– în baza art.51 (Cauzele nulității absolute), dacă motivele de anulare au devenit aplicabile numai ca urmare a aderării;

– în baza art.52 (Cauzele nulității relative) alin.(1) și (2), dacă dreptul național anterior a fost înregistrat, solicitat la înregistrare sau dobândit, într-un nou stat membru, anterior aderării.

5. Poate fi interzisă utilizarea unei mărci comunitare vizate la alin.(1), într-un nou stat membru, în baza art.106 (Interdicția utilizării mărcilor comunitare) și art.107 (Drepturi anterioare de competență locală), dacă marca anterioară sau alt drept anterior a fost înregistrat, solicitat la înregistrare sau dobândit cu bună-credință în noul stat membru, sau dacă, după caz, are data de prioritate anterioară aderării acestui stat la Uniunea Europeană" [1].

Cauzele de încălcare pot fi intentate la instanța mărcii comunitare, care sunt instanțe naționale desemnate de statele membre și autorizate cu competențe în domeniul mărcilor comunitare. Astfel, art.91 al Regulamentului nr.40/94 prevede: „Statele membre desemnează pe teritoriul lor un număr cât mai limitat de jurisdicții naționale de primă și de a doua instanță, denumite în continuare „tribunale de mărci comunitare”, însărcinate să îndeplinească funcțiile care le sunt atribuite prin prezentul Regulament” [1, art.91].

Hotărârile luate de aceste instanțe sunt efective pe întreg teritoriul Uniunii Europene. În acest mod se evită urmărirea pe cale judiciară în fiecare stat a persoanelor care au încălcat legea. Doar marca comunitară se bucură de o astfel de protecție pe întreg teritoriul Uniunii Europene.

Opțiunea de a transfera și atribui mărci comunitare este esențială pentru managementul companiilor. O marcă comunitară poate fi transferată, în mod separat de orice alt transfer al întreprinderii, care este titularul mărcii referitoare la unele sau toate produsele sau serviciile, pentru care aceasta a fost înregistrată. O marcă comunitară poate fi licențiată pentru o parte din sau tot teritoriul Uniunii Europene. Licențele pot fi exclusive sau non-exclusive [1, art.17,22].

Mărcile comunitare constituie drepturile prioritare în raport cu toate mărcile ulterioare și alte drepturi conflictuale din toate statele membre. Acest fapt le permite titularilor de mărci comunitare nu doar să-și protejeze drepturile lor exclusive la nivel european, dar și să prevaleze mai târziu asupra drepturilor naționale.

Astfel, înregistrarea mărcii la nivel comunitar, deci dobândirea protecției mărcii pe întreg teritoriul UE, reprezintă un avantaj, permițând celui căruia i s-a încălcat dreptul asupra mărcii să riposteze și să stopeze aceste acte ilegale.

Bibliografie:

1. Regulamentul Consiliului (CE) privind marca comunitară, nr.40/94 din 20 decembrie 1993. În: *JO L 11* din 14 ianuarie 1994.
2. BICU, C. *Marca comunitară: salvare sau amenințare*. Brand4Brands, decembrie 2005 – ianuarie 2006.
3. STUART, E., FANO, E., SCALES, L., LEONAVICIENE, G. LAZAREVA, A. *Legislația și politicile în domeniul proprietății intelectuale*. Chișinău, 2010.
4. COCOȘ, Șt., NICULESCU, E., STOICA, E., *Marca comunitară. Ghid*. București: OSIM, 2008.
5. DIACONESCU, M., DIACONESCU M. <http://www.rejournal.eu/Portals/0/Arhiva/JE%2024/JE%2024%20Diaconescu%20Diaconescu.pdf>
6. Manual de Proprietate Intelectuală, <http://www.inmlex.ro/index.php?MenuID=46&DetailID=67>
7. http://www.osim.ro/publicatii/editura/Brosuri/14_1%20Procedura_opozitie_marca_comunitara_2009_net.pdf
8. <http://www.osim.ro/pagoami/marca/avantajeab.htm>
9. http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/businesses/intellectual_property/mi0025_ro.htm
10. http://www.osim.ro/publicatii/editura/Brosuri/18_Marca%20comunitara.pdf
11. <http://www.osim.ro/pagoami/marca/extindereab.htm>

Prezentat la 13.02.2013