



1. Motive absolute de refuz

1.5. Mărci constituite exclusiv din semne ori din indicații devenite uzuale (art.7 alin.(1) lit. d) [1]

Au devenit uzuale în limbajul curent sau în practicile comerciale loiale și constante semnele sau indicațiile legate nemijlocit sau care creează o asociere cu o anumită categorie de produse, dar nu cu producătorul acestora. Astfel de indicații nu funcționează ca identificatori ai sursei de proveniență comercială și trebuie să fie lăsați pentru utilizare liberă pe piață.

De asemenea, sub incidența art.7 alin.(1) lit.d) cad și abrevierile ce au devenit obișnuite pentru desemnarea produselor/serviciilor, precum și elementele figurative sau combinate, utilizate frecvent în legătură cu anumite produse/servicii.

Art.7 alin.(1) lit.d) se suprapune cu prevederile art.7 alin.(1) lit.b) și c), ceea ce înseamnă că, în mod individual, va fi aplicat mai rar. Odată devenit uzual, semnul ajunge să fie unul descriptiv, lipsit de caracter distinctiv.

Următoarele semne au devenit uzuale și sunt larg folosite în comerț:

Semnul solicitat

EMARKET

Comentarii

Market electronic – pentru serviciile de comercializare

BERE VIE

Îmbinare de cuvinte ce a devenit uzuală, desemnând o categorie de bere

VIN DE AUTOR

Indicație uzuală pentru vinuri

TD

Turbodiesel, devenit uzual pentru automobile, motoare



Semn figurativ ce indică la servicii medicale, farmacii



Semn combinat devenit uzual pentru serviciile de parcare



Semn uzual pentru serviciile de instruire pentru șoferi

Nu se înregistrează forma produsului sau ambalajele obișnuite pentru anumite produse. O anumită formă a produsului sau a ambalajului devine, la o anumită etapă, una tradițională, utilizată de mai mulți producători pentru același produs. Forma care se asociază în rândul consumatorilor cu produsul însuși, dar nu cu producătorul acestuia, se consideră un semn devenit uzual în practicile comerciale loiale și constante. Așa sunt, de exemplu, ambalajele pentru medicamente (cutii, flacoane, blistere în forma obișnuită), forma obișnuită a pastilelor etc., care nu pot distinge produsele



1. Motive absolute de refuz

Published on AGENȚIA DE STAT PENTRU PROPRIETATEA INTELECTUALĂ (<http://agepi.gov.md>)

unui producător de produse similare ale altui producător. Formele produselor și ambalajele sunt foarte variate, din acest considerent fiecare caz se examinează individual, ținându-se cont de toate circumstanțele, inclusiv de situația curentă pe piață.

Exemple de forme devenite uzuale:

Semnul solicitat



Comentarii

Forma ambalajului pentru lac de unghii



Forma produselor farmaceutice



Forma ambalajului pentru creme cosmetice

URL sursă: http://agepi.gov.md/ro/ghid_marci/1-5-Marci-constituite-exclusiv-din-semne-ori-din-indicatii-devenite-uzuale

Legături

[1] <http://lex.justice.md/md/328048/>