

1. Motive absolute de refuz

1.2.1.2. Ortografiere greșită

Nu este necesar ca un cuvânt să fie ortografiat corect pentru ca publicul relevant să perceapă conținutul semantic al acestuia. Astfel, mărcile verbale ce prezintă echivalente fonetice ale cuvintelor descriptive (necesare), ortografiate greșit (cu modificări minore ale ortografiei corecte), nu vor fi privite ca niște cuvinte fanteziste și, respectiv, vor fi refuzate la înregistrare. De exemplu, următoarele semne verbale ce conțin erori ortografice minore, vor fi refuzate la înregistrare, eroarea ortografică nefiind suficientă întru conferirea caracterului distinctiv:

- **COMFORT PLUS** - pentru îmbrăcăminte, încălțăminte etc.;
- **EASI-CASH** - pentru servicii financiare;
- **SECUR** - pentru vehicule;
- **BRAINDI** - pentru produse alcoolice;
- **MULTY** - pentru produse igienice, alimentare;
- **DELICATESS** - pentru servicii de alimentație publică;
- **KLEAN-PREP** - pentru preparate farmaceutice și substanțe pentru curățare etc.

Totodată, un astfel de semn poate fi acceptat ca marcă dacă eroarea ortografică conferă semnului caracter distinctiv în raport cu produsele/serviciile pentru care este revendicat.

Eroarea ortografică conferă distinctivitate semnului dacă:

- este șocantă, surprinzătoare, neobișnuită, fantezistă, arbitrară și/sau
- posedă capacitatea de a modifica înțelesul elementului verbal, sau
- presupune un efort mental mai mare din partea consumatorului, pentru a face o legătură imediată și directă cu termenul la care se referă.

De exemplu, vor fi considerate distinctive și vor fi acceptate spre înregistrare următoarele semne care conțin erori ortografice:

- Sooper, soeper, supir - Super;
- Kwik, quik, kwick, kwik - Quick;
- Muffuns - Muffins etc.

În cazul în care în procesul examinării apar dubii vizavi de descriptivitatea unui element, se va porni de la următoarele considerente: dacă pentru a formula caracteristica produsului sau caracteristica serviciului sunt necesare raționamente suplimentare, supoziții, asociații, atunci elementul analizat nu este unul descriptiv.

Drept confirmare a descriptivității pot servi răspunsurile pozitive la următoarele întrebări:

- Este oare clar pentru consumatorul obișnuit sensul elementului, fără raționamente suplimentare și supoziții?
- Percepe oare consumatorul obișnuit direct (nu prin asociere) elementul ca o descriere a felului, a caracteristicii produsului, serviciului?



1. Motive absolute de refuz

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

URL sursă: https://agepi.gov.md/ro/ghid_marci/1-2-1-2-Ortografiere-gresita