

1. Motive absolute de refuz

1.3. Mărci constituite exclusiv din semne ori din indicații descriptive ([art.7 alin.\(1\) lit. c](#)) [1])

La aplicarea art.7 alin.(1) lit.c) din Legea nr.38/2008 este necesar să se țină cont de două noțiuni-cheie din prevederile acestuia: „**mărci constituite exclusiv din**” și „**ce pot servi în comerț**”. Mărcile ce nu sunt constituite „**exclusiv din**” nu pot fi refuzate în baza acestui articol.

Desemnarea **JUST FOR MEN**, depusă pentru produse cosmetice, va fi refuzată în baza art.7 alin.(1) lit.c), deoarece este compusă exclusiv dintr-o expresie ce poate servi în comerț pentru a desemna tipul și destinația produselor pentru care se revendică protecția. În cazul în care marca ar fi una combinată, adică însoțită de alte elemente verbale și/sau figurative sau ar fi scrisă cu caractere deosebite, aceasta nu ar fi refuzată în baza prevederilor art.7 alin.(1) lit.c), nefiind **constituită „exclusiv din”** semne ce pot fi folosite pentru a desemna tipul și destinația produselor cosmetice.

Marca va fi refuzată la înregistrare în baza art.7 alin.(1) lit.c), dacă aceasta va corespunde și celei de a doua prevederi, adică ar putea „**servi în comerț**”, ceea ce înseamnă că ea ar putea fi folosită și de alți producători în comerț pentru a-și descrie produsele sau serviciile.

Semnele constituite „**exclusiv din**”, **ce cad sub incidența prevederilor** art.7 alin.(1) lit.c), reprezintă așa-zisele elemente descriptive ale unei mărci. Termenii descriptivi conțin informații care disting caracteristicile unor anumite produse sau servicii de cele ale produselor și serviciilor cu o natură similară, permițând astfel consumatorului să ia decizii bazate mai degrabă pe calitate, destinația, tipul sau alte caracteristici ale produselor și serviciilor. Din acest motiv, termenii descriptivi nu pot fi înregistrați în calitate de mărci.

Simpla combinare a unui element verbal nedistinctiv cu un element verbal descriptiv nu conferă caracter distinctiv combinației. Prin urmare, combinațiile de genul „Euro” și termeni pur descriptivi trebuie să fie refuzate atunci când elementul „Euro” întărește caracterul descriptiv al semnului în ansamblu sau dacă există o legătură rezonabilă între termenul respectiv și produsele sau serviciile în cauză, de exemplu, „EuroReparație”, „EuroTruck”.

Utilizarea corectă din punct de vedere gramatical a substantivelor și adjectivelor nu are un rol decisiv în stabilirea caracterului descriptiv al unui semn. O eroare de ortografie nu modifică în mod obligatoriu caracterul descriptiv al unui semn. Erorile de ortografie pot fi: rezultatul influenței unei alte limbi sau al modului de a scrie un cuvânt în alte țări, rezultatul utilizării limbajului argotic sau sunt comise deliberat pentru a face ca un cuvânt să fie mai atrăgător.

Exemple de semne ce vor fi refuzate: „Xtra”, „Easi-Cash”.

Nici combinațiile de cuvinte (descriptive) din limbi diferite nu întotdeauna au o influență decisivă în conferirea distinctivității, în cazul în care publicul relevant înțelege ambii termeni fără vreun efort suplimentar.

Elementele descriptive ale unei mărci pot desemna **tipul** produselor și/sau serviciilor (de exemplu – lapte, vin, ciocan, scaun, finanțe); **calitatea** (de exemplu – extra, premium, rapid); **cantitatea** (de exemplu, kg – greutate, litru – volum); **destinația** (de exemplu – pentru copii, pentru spălat rufe, pour femmes, for men), **valoarea produsului/serviciului**; **data fabricării** produselor.