

1. Motive absolute de refuz

1.8. Mărci care pot induce în eroare consumatorul ([art.7 alin.\(1\) lit. g](#)) [1])

Desemnarea constituită „exclusiv din” sau ce conține elemente, indicații care conțin informații false, înșelătoare cu privire la natura, calitatea sau originea geografică a produselor/serviciilor, se consideră ca posibilă să inducă în eroare consumatorul.

În aprecierea probabilității de inducere în eroare, se recomandă de a analiza posibilitatea ca un consumator să perceapă în mod neechivoc informația respectivă, fapt ce va influența alegerea cumpărătorului pentru produsul/serviciul respectiv, bazându-se anume pe informația înșelătoare, ce nu corespunde realității.

În conformitate cu cele menționate, în practică, AGEPI prezumă următoarele:

1. solicitantul depune cererea de înregistrare a mărcii fără intenția de a induce în eroare consumatorul.
2. consumatorul mediu este suficient de atent și de conștient și nu trebuie să fie considerat foarte vulnerabil la inducerea în eroare.

Prin urmare, se vor aplica prevederile art. 7 alin. (1) lit.g), **în cazul în care lista de produse/servicii este formulată astfel încât nu se poate garanta utilizarea neînșelătoare a mărcii și există un risc suficient de mare de inducere în eroare a consumatorului.**

URL sursă: https://agepi.gov.md/ro/ghid_marci/1-8-Marci-care-pot-induce-in-eroare-consumatorul