

Prima instanță: Judecătoria mun. Chișinău, sec. Rîșcani
(judecător Angela Ciubotaru)

Dosarul nr. 2a-4376/16
02-2a-23183-17102016

Republica Moldova
Curtea de Apel Chișinău

DECIZIE

06 aprilie 2017

mun. Chișinău

Colegiul Civil și de Contencios Administrativ al
Curții de Apel Chișinău

Având în componența sa:

Președintele ședinței, judecătorul
Judecătorii
Grefier

Lidia Bulgac
Domnica Manole și Grigore Dașchevici
Lazarev Mircea

examinând, în ședința publică, apelul declarat de The Hugo Boss Trade Mark, împotriva hotărârii Judecătoriei mun. Chișinău, sec. Rîșcani din 30 iunie 2016, adoptată în cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de The Hugo Boss Trade Mark către Paladi Oleg, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, privind anularea mărcii și încasarea cheltuielilor de asistență juridică,-

CONSTATĂ :

Pretențiile reclamantului.

1. La data de 23 noiembrie 2015, The Hugo Boss Trade Mark a depus în Judecătoria Rîșcani mun. Chișinău o cerere de chemare în judecată împotriva lui Paladi Oleg, intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală prin care a solicitat instanței: declararea nulității absolute a mărcii nr. 19380 L B LUCA BOSSI înregistrată pentru cl. 03: preparate cosmetice, săpunuri, parfumerie, uleiuri esențiale, loțiuni pentru păr, produse pentru îngrijirea dinților, și încasarea cheltuielilor de asistență juridică în sumă de 25 000 lei.

2. În motivarea acțiunii depuse, reclamantul a indicat că, The Hugo Boss Trade Mark a înregistrat pe teritoriul Republicii Moldova marca BOSS cu nr. 483341, înregistrată la data de 08.02.1984 cu termenul de expirare pînă la data de 08.02.2024 pentru unele produse din cl. 03 și anume: produse de parfumerie, săpunuri, produse pentru îngrijirea corpului, incluzînd produse pentru îngrijirea părului, preparate pentru îngrijirea dinților și gurii; cl. 9: ochelari și părți ale acestora; cl. 14: ceasuri și bijuterii; cl. 18: piele și imitații din piele, produse din aceste materiale (necuprinse în alte clase), geamantane și valize, umbrele și umbrele de soare; cl. 24: fețe de masă, lenjerie de pat, materiale textile, draperii, lenjerie pentru baie, precum și șervețele pentru mâini și corp; cl. 25: îmbrăcăminte pentru femei, bărbați și copii, în special costume de seară, paltoane, sacouri, pantaloni, cămăși, capoate, impermeabile, lenjerie de corp, ciorapi, ciorapi lungi, îmbrăcăminte din tricot, pulovere, cămăși din tricot, încălțăminte și chipiuri, cravate, mănuși, centuri (din plastic sau textile), jantiere.

3. De asemenea, compania reclamantă indică că, la data de 30.11.2009, la cererea lui Paladi Oleg de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a fost înregistrată marca națională cu nr. 19380 L B LUCA BOSSI pentru cl. 3: preparate cosmetice, săpunuri,

parfumerie, uleiuri esențiale, loțiuni pentru păr, produse pentru îngrijirea dinților, care în opinia reclamantului creează o situație de conflict cu marca BOSS nr. 483341 înregistrată după compania The Hugo Boss Trade Mark.

4. Mai indică compania reclamantă că, pe motivul apariției unui conflict dintre compania reclamantă și Oleg Paladi, având drept temeii modul de folosire de către pârât a mărcii Luca BOSSI, The Hugo Boss Trade Mark s-a adresat în instanța de judecată cu o cerere privind recunoașterea notorietății mărcii BOSS.

5. Astfel, se menționează că, la data de 25 mai 2015, de către Curtea de Apel Chișinău a fost emisă o hotărâre prin care a fost admisă cererea de chemare în judecată și a fost recunoscută marca BOSS ca fiind notorie din data de 01 ianuarie 2005, hotărârea fiind menținută prin decizia Curții Supreme de Justiție din data de 07 octombrie 2015.

6. Indică The Hugo Boss Trade Mark că istoria fondării companiei reclamante datează cu anul 1924, când dl Hugo Ferdinand Boss a decis să deschidă afacerea sa într-un orașel mic cu denumirea Metzingen situat la sud de Stuttgart, Germania. De-a lungul anilor, The Hugo Boss Trade Mark și-a diversificat extensiv afacerea sa: de la îmbrăcăminte după ultima modă pînă la accesorii, încălțăminte și parfumuri purtînd mărcile comerciale HUGO BOSS, iar reclamantul a primit aprobare mondială, în ceea ce privește șirul de produse inscripționate cu marca Hugo BOSS.

7. Afirmă reclamantul că, mărcile comerciale HUGO BOSS au devenit sinonime cu bunuri de înaltă calitate. Prima ediție a parfumurilor HUGO BOSS a fost creată în 1985. De atunci, reclamantul a venit cu un șir vast și diversificat de parfumuri sub mărcile HUGO BOSS sau HUGO și / sau BOSS.

8. The Hugo Boss Trade Mark susține că, compania reclamantă a lansat și comercializat parfumurile sale HUGO BOSS în toată lumea prin intermediul licențiatului Procter & Gamble Service GmbH. Mărcile comerciale HUGO BOSS au fost folosite continuu și neîntrerupt de reclamant. Produsele inscripționate cu mărcile HUGO BOSS la moment sunt vîndute în 129 de țări din întreaga lume, printre care India, Australia, Austria, Benelux, Brazilia, Canada, Chile, China, Franța, Germania, Maria Britanie, Hong Kong, Irlanda, Italia, Japonia, Mexic, Rusia, Spania, Suedia, Elveția, Taiwan, SUA inclusiv Republica Moldova. Consumatorii pot cumpăra produsele reclamantului la mai mult de 6800 puncte comerciale situate în diverse țări din lume, aproape 120 de magazine sunt operate de francize. Reclamantul are magazine online în Germania, Olanda, Franța, Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord, Austria, Elveția și SUA. Fiind atît de utilizate la nivel mondial, mărcile comerciale BOSS sunt asociate cu produsele de înaltă calitate ale reclamantului cu notorietatea acestora.

9. Se arată în acțiunea depusă precum că, atît timp cît elementele dominante ale mărcii reclamantului și semnul folosit de pârât sunt identice existența riscului de confuzie nu poate fi pus la îndoială, or în speță marca HUGO BOSS ce aparține reclamantului și care de altfel a fost recunoscută fiind notorie se regăsește ca element dominant în semnul Luca BOSSI folosit de pîrît.

10. Consideră reclamantul că prin înregistrarea mărcii cu nr. 19380 L B BOSSI pe produse de parfumerie și valorificarea acesteia se aduce o gravă atingere drepturilor de proprietate intelectuală ale companiei reclamante, așa cum este folosit un semn care, dată fiind identitatea ori similitudinea cu marca protejată ori dată fiind identitatea sau similitudinea produselor cărora li se aplică semnul cu produsele pentru care marca a fost înregistrată, produce în percepția publicului un risc de confuzie care include riscul de asociere. În plus deoarece

mărcile reclamantelor au dobândit un renume în RM, prin folosirea unor semne identice cu mărcile, fără motive întemeiate, profită de caracterul distinctiv ori de renumele mărcii sau folosirea semnului cauzează titularului mărcii un prejudiciu, faptă încadrată în ipoteza prevăzută la lit. c) art. 9 alin. (1) al legii privind protecția mărcii.

11. Reiterează reclamantul că, identitatea sau similitudinea semnului folosit de Paladi Oleg ci mărcile protejate, fiind examinat sub imperiul art. 9 alin.(1) lit. b) se demonstrează prin faptul că produsele de parfumerie expuse spre comercializare se regăsesc în mod similar marca de renume HUGO BOSS ce aparține reclamantei. 9. Cu referire la riscul de confuzie, susține reclamantul că pîrîta folosește mărcile reclamantei pentru același tip de produse și anume produse de parfumerie. Acestea sunt de natură să sugereze existența unei legături comerciale între pîrîta și compania reclamantă concretizate în forma unui contract de licență sau orice alt tip de acord prin folosirea unei mărci. Ca urmare, consumatorul are impresia că există cel puțin o autorizare a titularului pentru ca întreprinderea respectivă să comercializeze produse de aceleași mărci. Relații care se creează în mintea consumatorului aduc prejudicii însemnate titularului mărcii.

12. În asemenea circumstanțe, avînd în vedere faptul că marca HUGO BOSS a fost recunoscută notorie pe teritoriul Republicii Moldova, pârătul prin folosirea unor semne identice, cu rea credință a depus spre înregistrare marca L B LUCA BOSSI.

13. A solicitat The Hugo Boss Trade Mark instanței de fond: declararea nulității absolute a mărcii nr. 19380 L B LUCA BOSSI înregistrată pentru cl. 03: preparate cosmetice, săpunuri, parfumerie, uleiuri esențiale, loțiuni pentru păr, produse pentru îngrijirea dinților, și încasarea cheltuielilor de asistență juridică în sumă de 25 000 lei.

Poziția instanței de fond.

14. Prin hotărârea Judecătoriei Rîșcani mun. Chișinău din 30 iunie 2016, cererea de chemare în judecată înaintată de The Hugo Boss Trade Mark către Paladi Oleg, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, privind anularea mărcii și încasarea cheltuielilor de asistență juridică, a fost respinsă ca fiind neîntemeiată.

Solicitarea apelantului.

15. Nefiind de acord cu soluția adoptată de instanța de fond, la data de 12 iulie 2016, The Hugo Boss Trade Mark prin intermediul reprezentantului său Dorian Chiroșca a declarat apel împotriva hotărârii Judecătoriei Rîșcani mun. Chișinău din 30 iunie 2016, și a solicitat instanței de apel admiterea apelului, casarea hotărârii contestate, cu pronunțarea unei noi hotărâri prin care acțiunea depusă de The Hugo Boss Trade Mark să fie admisă integral.

Termenul de declarare a apelului.

16. În conformitate cu prevederile art. 362 alin. (1) CPC RM, termenul de declarare a apelului este de 30 de zile de la data pronunțării dispozitivului hotărârii, dacă legea nu prevede altfel.

17. Din actele cauzei rezultă că, hotărârea instanței de fond a fost pronunțată public la data de 30 iunie 2016, iar cererea de apel a fost depusă la data de 12 iulie 2016, și prin urmare se constată că, apelul declarat de The Hugo Boss Trade Mark este depus în termen.

Argumentele părților.

18. În motivarea apelului declarat, The Hugo Boss Trade Mark a indicat că, prima instanță nu a dat o apreciere faptului că, existența conflictului dintre marca BOSS și LUCA BOSSI are puterea lucrului, or, în decizia Curții Supreme de Justiție din 07 octombrie 2015, este indicat expres despre faptul că există un conflict între aceste mărci.

19. Mai indică apelantul că, instanța a ignorat că rea-credința lui Paladi Oleg la înregistrarea mărcii LUCA BOSSI se confirmă prin decizia Curții Supreme de Justiție, în conținutul căreia este indicat că marca BOSS este foarte bine cunoscută de consumatori începând cu anul 2005.

20. Afirmă apelantul precum că, concluzia instanței de fond cu referire la aceea că nu există un risc de confuzie între mărcile litigioase, se combat prin studiul elaborat de CBS AXA, care a fost luat în calcul de Curtea Supremă de Justiție la emiterea deciziei din 07 octombrie 2015.

21. Deci, apelantul indică că, în speță sunt întrunite toate circumstanțele pentru a anula înregistrarea mărcii LUCA BOSSI, deoarece, în speță, este întrunit temeiul prevăzut de art. 22 alin. (1) din Legea privind protecția mărcilor.

22. Susține, apelantul că, concluziile instanței expuse în hotărâre au un caracter declarativ, iar normele de drept material și procedural au fost aplicate eronat.

23. În ședința judiciară a instanței de apel, reprezentantul apelantului The Hugo Boss Trade Mark – Dorian Chiroșca a susținut cererea de apel depusă și a solicitat admiterea acesteia.

24. Reprezentantul intimatului Paladi Oleg – Tatiana Lazovscaia a pledat pentru respingerea apelului declarat de The Hugo Boss Trade Mark și pentru menținerea hotărârii instanței de fond, pe care o consideră legală și întemeiată.

25. Reprezentantul intervenientului accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală – Doina Vataman a lăsat la discreția instanței soluționarea apelului declarat de The Hugo Boss Trade Mark.

Aprecierea instanței de apel.

26. Audiind explicațiile participanților la proces, studiind materialele dosarului și înscrisurile probatorii administrate, verificând argumentele expuse în cererea de apel, Colegiul Civil și de Contencios Administrativ al Curții de Apel Chișinău ajunge la concluzia de a admite apelul declarat de The Hugo Boss Trade Mark, a casa hotărârea Judecătorei Rîșcani mun. Chișinău din 30 iunie 2016, cu pronunțarea unei noi hotărâri prin care să fie admisă integral cererea de chemare în judecată depusă de The Hugo Boss Trade Mark, din următoarele considerente.

27. În conformitate cu prevederile art. 385 alin. (1) lit. c) CPC RM, instanța de apel, după ce judecă apelul, este în drept să admită apelul și să caseze integral sau parțial hotărârea primei instanțe, emițând o nouă hotărâre.

28. Potrivit prevederilor art. 386 alin. (1) CPC RM, hotărârea primei instanțe se casează sau se modifică de instanța de apel, dacă circumstanțe importante pentru soluționarea pricinii nu au fost constatate și elucidate pe deplin, concluziile primei instanțe expuse în hotărâre sunt în contradicție cu circumstanțele pricinii, normele de drept material sau normele de drept procedural au fost încălcate sau aplicate eronat.

29. Totodată, în conformitate cu art. 240 alin. (1) și (3) CPC RM, la deliberarea hotărârii, instanța judecătorească apreciază probele, determină circumstanțele care au importanță pentru soluționarea pricinilor, care au fost sau nu stabilite; caracterul raportului juridic dintre părți, legea aplicabilă soluționării pricinii și admisibilitatea acțiunii. Instanța judecătorească adoptă hotărârea în limitele pretențiilor înaintate de reclamant.

30. Materialul probatoriu administrat de instanța de fond, denotă următoarea situație de fapt.

31. Din materialele cauzei reiese că, The Hugo Boss Trade Mark a înregistrat pe teritoriul Republicii Moldova marca BOSS cu nr. 483341, înregistrată la data de 08.02.1984 cu termenul de expirare pînă la data de 08.02.2024 pentru unele produse din cl. 03 și anume:

produse de parfumerie, săpunuri, produse pentru îngrijirea corpului, incluzând produse pentru îngrijirea părului, preparate pentru îngrijirea dinților și gurii; cl. 9: ochelari și părți ale acestora; cl. 14: ceasuri și bijuterii; cl. 18: piele și imitații din piele, produse din aceste materiale (necuprinse în alte clase), geamantane și valize, umbrele și umbrele de soare; cl. 24: fețe de masă, lenjerie de pat, materiale textile, draperii, lenjerie pentru baie, precum și șervețele pentru mâini și corp; cl. 25: îmbrăcăminte pentru femei, bărbați și copii, în special costume de seară, paltoane, sacouri, pantaloni, cămăși, capoate, impermeabile, lenjerie de corp, ciorapi, ciorapi lungi, îmbrăcăminte din tricot, pulovere, cămăși din tricot, încălțăminte și chipiuri, cravate, mănuși, centuri (din plastic sau textile), jantiere (f.d. 8-9).

32. Concomitent, se constată că, la data de 30 noiembrie 2009, de către AGEPI a fost înregistrată marca L B LUCA BOSSI, pentru clasa de servicii 03, conform Clasificatorului Internațional de la Nice, solicitant fiind Paladi Oleg (f.d. 10).

33. La judecarea cauzei s-a mai stabilit că, anterior, compania reclamantă The Hugo Boss Trade Mark a depus la Curtea de Apel Chișinău o acțiune prin care a solicitat recunoașterea notorietății mărcii BOSS, începând cu 01 ianuarie 2005, iar prin hotărârea Curții de Apel Chișinău din 25 mai 2015, s-a admis cererea de chemare în judecată depusă de The Hugo Boss Trade Mark Management GmbH & Co. KG Company, și s-a recunoscut notorietatea mărcii verbale internaționale BOSS nr. 483341 din data de 01 ianuarie 2005 (f.d. 14).

34. Prin decizia Curții Supreme de Justiție din 07 octombrie 2015, s-a respins recursul declarat de Artur Airapetean în interesele recurentului Paladi Oleg, și s-a menținut hotărârea Curții de Apel Chișinău din 25 mai 2015 (f.d. 16-25).

35. În conformitate cu prevederile art. 22 alin. (1) din Legea privind protecția mărcilor, marca este declarată nulă în urma unei cereri de anulare, depusă la judecătoria în a cărei jurisdicție este sediul AGEPI, sau a unei cereri reconvenționale într-o acțiune de apărare a drepturilor, depusă la aceeași instanță, și în cazul în care: există o marcă anterioară menționată la art. 8 alin. (2) și se îndeplinesc condițiile prevăzute la alin. (1) din articolul respectiv; există un drept anterior menționat la art. 8 alin. (3) și se îndeplinesc condițiile prevăzute la alineatul respectiv; există o marcă neînregistrată sau un drept anterior, menționate la art. 8 alin. (4), și se îndeplinesc condițiile prevăzute la alineatul respectiv.

36. Potrivit art. 8 din Legea privind protecția mărcilor, în afara motivelor de refuz prevăzute la art.7, se refuză înregistrarea și în cazul când marca: este identică cu o marcă anterioară înregistrată pentru produse și/sau servicii identice; este identică ori similară cu o marcă anterioară și, din cauza identității ori similitudinii produselor și/sau serviciilor pe care le desemnează cele două mărci, există riscul de confuzie pentru consumator, inclusiv riscul de asociere cu marca anterioară; este identică ori similară cu o marcă anterioară și este solicitată spre înregistrare pentru produse și/sau servicii care nu sînt similare cu cele pentru care marca anterioară este înregistrată, în cazul când marca anterioară se bucură de renume în Republica Moldova și dacă utilizarea mărcii solicitate, fără un motiv justificat, ar aduce un profit nemeritat din caracterul distinctiv ori din renumele mărcii anterioare sau le-ar aduce atingere acestora. În sensul alin.(1), mărci anterioare sînt: mărcile a căror dată de depozit sau, după caz, de prioritate, în sensul art.34, este anterioară datei de depozit a cererii de înregistrare a mărcii, ținînd cont, după caz, de dreptul de prioritate, în sensul art.33 sau, după caz, în sensul art.35, invocat în sprijinul acestei mărci, și care aparțin următoarelor categorii: mărci înregistrate în Republica Moldova; înregistrări internaționale care își extind efectele în Republica Moldova; cererile de înregistrare a mărcilor menționate la lit.a), sub rezerva înregistrării acestora;

mărcile care, la data de depozit a cererii de înregistrare a mărcii sau, după caz, la data priorității invocate în sprijinul cererii în conformitate cu art.36, sînt recunoscute notorii în Republica Moldova în sensul art.6 bis din Convenția de la Paris.

37. Raportând normele legale citate mai sus la circumstanțele cauzei, Colegiul constată că, prima instanță în mod neîntemeiat a respins acțiunea depusă de The Hugo Boss Trade Mark, din considerentul că, prin probatoriul administrat la dosar se confirmă cu certitudine că între mărcile BOSS și L B LUCA BOSSI există risc de confuzie.

38. În acest sens, Colegiul menționează că, între semnele verbale BOSS și BOSSI există un grad înalt de similitudine grafică și fonetică, dar nu sunt identice, fapt ce se confirmă prin răspunsul Centrului de Terminologie nr. 16 din 07 martie 2017, anexat la judecarea cauzei în ordine de apel.

39. Colegiul Civil remarcă că, la soluționarea cauzei civile respective, instanța de judecată va ține cont nemijlocit și de hotărârea Curții de Apel Chișinău din 25 mai 2015, cât și de decizia Curții Supreme de Justiție din 07 octombrie 2015, care în temeiul art. 123 alin. (2) CPC RM, au un caracter obligatoriu pe instanță.

40. Or, norma procesuală menționată indică expres că, faptele stabilite printr-o hotărâre judecătorească irevocabilă într-o pricină civilă soluționată anterior în instanță de drept comun sau în instanță specializată sînt obligatorii pentru instanța care judecă pricina și nu se cer a fi dovedite din nou și nici nu pot fi contestate la judecarea unei alte pricini civile la care participă aceleași persoane.

41. Astfel, prin decizia respectivă, instanța de recurs a stabilit că, conform probatoriului administrat, documentele ce conțin informații despre factorii în a căror bază se poate concluziona cu privire la notorietatea mărcii comerciale BOSS sunt următoarele: - potrivit studiului realizat de societatea cu răspundere limitată "C.B.S.-AXA" gradul de cunoaștere a mărcii comerciale BOSS pe teritoriul RM este de 99,6%. - perioada de cunoaștere a mărcii pînă în 2005 este de 76,9%, iar întinderea geografică este pe tot teritoriul RM. - compania The Hugo Boss Trade Mark Management GmbH & Co.KG Company este titular de drepturi al mărcii comerciale BOSS nr. 483341, fiind înregistrată pe cale internațională, conform Aranjamentului de la Madrid la data de 08 februarie 1984, cu termenul de valabilitate pînă la 08 februarie 2014.

42. Această circumstanță denotă în mod incontestabil că, între mărcile BOSS și BOSSI există un risc de confuzie, iar acest fapt confirmă că, inclusiv prin decizia Curții Supreme de Justiție menționată mai sus, care are autoritatea lucrului judecat.

43. Mai mult, în instanța de apel la materialele cauzei a fost anexat și cercetat ambalajul unui parfum comercializat sub marca L B LUCA BOSSI, ambalaj care demonstrează riscul de confuzie între aceste două mărci.

44. Colegiul mai relevă că, modul de utilizare a mărcii LUCA BOSSI este confuz, mai mult ca atît în marca LUCA BOSSI se regăsește integral cuvîntul BOSS; ambele mărci sînt înregistrate pentru aceeași clasă de produse (clasa 3 conform clasificatorului de la Nice), ceea ce constituie un conflict evident.

45. Din conținutul deciziei Curții Supreme de Justiție reiese că, în cadrul aceluși litigiu, la materialele dosarului a fost prezentată de către reclamantul/intimat sondajul efectuat de societatea cu răspundere limitată "C.B.SAXA", fiind aplicată metoda interviului "face to face" a 503 de respondenți: dintre care 38 respondenți au fost vînzători/consultanți/manageri pe vînzări, iar 465 respondenți au fost consumatori ai produselor de parfumerie și igienă.

Conform rezultatelor sondajelor efectuate de reclamant s-a stabilit că nivelul de similitudine între aceste două mărci comerciale este la nivelul de 30,6% în cazul întrebării pur verbal formulate; de 42,1 % în cazul întrebării formulate vizual; nivelul general al similitudinii este de 45,9%, iar confuzia se produce din cauza denumirilor asemănătoare (41,5%) și din cauza ambalajului asemănător (75,3%).

46. Aceste circumstanțe denotă în mod incontestabil marca L B LUCA BOSSI a fost înregistrată de către Paladi Oleg cu rea-credință, și urmează a fi anulată, or, cum s-a stabilit mai sus, între mărcile BOSS și L B LUCA BOSSI există un risc de confuzie.

47. Actele speței denotă că, în cursul judecării cauzei, interesele reclamantului The Hugo Boss Trade Mark au fost reprezentate de către avocatul Dorian Chiroșca, iar pentru serviciile acesteia, reclamantul a achitat suma de 25 000 lei, fapt ce se confirmă prin extrasul de cont anexat la materialele cauzei.

48. În temeiul art. 94 alin. (1) CPC RM, instanța judecătorească obligă partea care a pierdut procesul să plătească, la cerere, părții care a avut câștig de cauză cheltuielile de judecată. Dacă acțiunea reclamantului a fost admisă parțial, acestuia i se compensează cheltuielile de judecată proporțional părții admise din pretenții, iar pîrîtului – proporțional părții respinse din pretențiile reclamantului.

49. Articolul 96 alin. (1) CPC, reiterează că, instanța judecătorească obligă partea care a pierdut procesul să compenseze părții care a avut câștig de cauză cheltuielile ei de asistență juridică, în măsura în care acestea au fost reale, necesare și rezonabile. Cheltuielile menționate la alin.(1) se compensează părții care a avut câștig de cauză dacă aceasta a fost reprezentată în judecată de un avocat.

50. Raportînd norma procedurală citată supra la circumstanțele speței deduse judecării, Colegiul consideră oportun de a încasa din contul pârâtului / intimatului în beneficiul reclamantului cheltuielile de asistență juridică în sumă de 10 000 lei, care în opinia Colegiului reprezintă un quantum real, necesar și rezonabil.

51. Astfel, avînd în vedere criteriile de apreciere a cheltuielilor pentru asistență juridică desprinse din jurisprudența CEDO, instanța califică quantumul cheltuielilor de asistență juridică acordate societății reclamante în sumă de 4 500 lei, drept **necesare și rezonabile** (nefiind excesive, ba chiar comparabile cu cele fixate prin acte normative pentru asistență juridică garantată de stat).

52. Se menționează că, la stabilirea quantumului cheltuielilor pentru asistență juridică, instanța a ținut cont inclusiv și de complexitatea cauzei, numărul de ședințe judiciare, precum și de actele procesuale întocmite de către avocatul Mihail Eșanu, care a reprezentat interesele reclamantului în fața instanței.

53. Totodată, se menționează că, la determinarea quantumului cheltuielilor pentru asistență juridică, au fost luate în calcul și Recomandările privind quantumul onorariilor și compensarea de către instanțele de judecată a cheltuielilor de asistență juridică, aprobate prin decizia Consiliului Uniunii Avocaților din 30 martie 2012.

54. În aceste circumstanțe, instanțele de judecată investite cu examinarea litigiului diferit judecării nu pot găsi o altă elucidare a cazului decât cea clarificată mai sus, de vreme ce concluzia instanței este consecința dedusă în urma prezentării probelor de către părți și examinate în cadrul ședinței de judecată, or, în conformitate cu prevederile art. 118 alin. (1) sprijinite cu dispoziția art. 119 alin. (1) CPC, fiecare parte trebuie să dovedească

circumstanțele pe care le invocă drept temei al pretențiilor și obiecțiilor sale dacă legea nu dispune altfel, iar probele se adună și se prezintă de către părți.

55. Față de cele ce preced și având în vedere faptul că circumstanțele pricinii au fost stabilite de către prima instanță și nu este necesară verificarea suplimentară a căror-va dovezi, fiind dată o apreciere eronată probatoriului administrat, Colegiul Civil al Curții de Apel Chișinău ajunge la concluzia de a admite apelul declarat de The Hugo Boss Trade Mark și a casa hotărârea Judecătorei Rîșcani mun. Chișinău din 30 iunie 2016, cu pronunțarea unei noi hotărâri prin care cererea de chemare în judecată depusă de The Hugo Boss Trade Mark să fie admisă.

În conformitate cu prevederile art. 385 alin. (1) lit. c) și art. 389-390 CPC RM, Colegiul Civil și de Contencios Administrativ al Curții de Apel Chișinău,-

DECIDE :

Se admite apelul declarat de The Hugo Boss Trade Mark.

Se casează hotărârea Judecătorei mun. Chișinău, sec. Rîșcani din 30 iunie 2016, adoptată în cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de The Hugo Boss Trade Mark către Paladi Oleg, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, privind anularea mărcii și încasarea cheltuielilor de asistență juridică, **și se emite o nouă hotărâre prin care:**

Se admite cererea de chemare în judecată înaintată de The Hugo Boss Trade Mark către Paladi Oleg, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, privind anularea mărcii și încasarea cheltuielilor de asistență juridică.

Se anulează marca nr. 19380 L B LUCA BOSSI înregistrată pentru cl. 03: preparate cosmetice, săpunuri, parfumerie, uleiuri esențiale, loțiuni pentru păr, produse pentru îngrijirea dinților.

Se încasează de la Paladi Oleg, în beneficiul The Hugo Boss Trade Mark, cheltuielile de asistență juridică, în mărime de 10000 lei.

Decizia este definitivă și executorie, însă poate fi atacată cu recurs în Curtea Supremă de Justiție în termen de 2 luni de la data comunicării deciziei integrale, prin intermediul Curții Supreme de Justiție.

Președintele ședinței, judecătorul


Lidia Bulgac

Judecătorii


Domnica Manole


Grigore Dașchevici

