

Dosarul nr. 2c-360/21
2-21019731-12-2c-09022021-1

HOTĂRÂRE
În numele Legii

27 iulie 2023

mun. Chișinău

Judecătoria Chișinău /sediul Centru/

Instanța compusă din:

Președintele ședinței,

Judecătorul

Grefier

Diana Tricolici

Vadim Bulachii

cu participarea reprezentantului reclamantului avocatul Pohila Igor, împuternicit prin mandatul nr. 0930552 din 11.01.2021, reprezentantul pârâtului, avocatul Kușnir Mariana, împuternicită prin mandatul nr. 1282691 din 23.09.2021 și avocatul Cernolev Ion, în baza mandatului nr. 1683690 din 26.07.2023, reprezentanții intervenientului accesoriu, Urmaș Diana împuternicită prin procura nr. 1930 din 04.10.2022, Revun Ludmila, împuternicită prin procura nr. 478 din 31.03.2023

examinând în ședință de judecată publică cauza civilă la cererea de chemare în judecată depusă de „MBC” S.R.L. către „SELECT LOUNGE” S.R.L., intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală privind constatarea înregistrării cu rea-credință a mărcii, constatarea similitudinii mărcii, stingerea drepturilor asupra mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată

C O N S T A T Ă :

Argumentele participanților la proces:

1. La 08 februarie 2021, „MBC” S.R.L. a depus cerere de chemare în judecată către „SELECT LOUNGE” S.R.L., intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală privind constatarea înregistrării cu rea-credință a mărcii, constatarea similitudinii mărcii, stingerea drepturilor asupra mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată.
2. În motivarea cererii de chemare în judecată reclamanta a menționat că Societatea Comercială «MBC» SRL este titularul mărcii «Select Banquet Hall», numărul de înregistrare a mărcii 25499, data înregistrării 18.04.2018, pentru produsele/serviciile de clasa 41 - educație; instruire; divertisment; activități sportive și culturale și clasa 43 - servicii de alimentație publică; servicii de cazare temporară.
3. Susține că principalele domeniile de activitate a „MBC” S.R.L. sunt servicii de alimentație publică, servicii de divertisment, activități sportive și culturale. Reclamanta este proprietarul a două restaurante care își desfășoară activitatea sub marca «Select Banquet Hall»: restaurant din bd. Mircea cel Bătrîn, 21 din mun. Chișinău și restaurant din str. Mitropolit Varlaam, 78 din mun. Chișinău.

4. Reclamanta menționează că în vara anului 2019 a fost informată de consumatori că pârâțul «Select Lounge» SRL (la acel moment denumirea pârâțului a fost «BBQ House» SRL) își desfășoară activitatea comercială în domeniul alimentației publice (restaurant din str. Vasile Lupu, 5 în or.Orhei) utilizând semnul «Select» similar cu semnul «Select» al reclamantei atât în denumirea restaurantului, cât și pe produsele accesorii (publicitate, meniu, carte de vizită etc...), astfel generând riscul de confuzie în percepția consumatorului.
5. Notează că la 07.08.2019 pârâtei i-a fost expediată pretenția nr.07A prin care a fost informată despre drepturile reclamantei asupra semnului «Select». De asemenea, pârâta a fost somată să nu utilizeze semnul «Select» în activitatea sa în domeniul alimentației publice.
6. La 09.08.2019 somația reclamantei a fost recepționată de către pârâtă, însă a fost lăsată fără răspuns. Prin urmare, afirmă că pârâta a continuat utilizarea semnului «Select» similar cu semnul «Select» al reclamantei. Susține că pârâta conștientizând totuși că utilizează ilegal simbolul «Select» similar cu simbolul «Select» al reclamantei, la 25.09.2019 și-a schimbat denumirea din «BBQ House» SRL în «Select Lounge» SRL pentru o eventuală justificare a utilizării simbolului «Select Lounge».
7. De asemenea menționează că pârâta la 18.09.2018 a depus la AGEPI cerere de înregistrare a mărcii cu simbolul «Select Lounge » pentru produsele din clasele 30,32,35 și 43 (servicii de alimentație publică și servicii de cazare temporară).
8. La 31.05.2019, AGEPI a emis aviz provizoriu de respingere a înregistrării mărcii pârâtei indicând că pentru clasa 43 marca pârâtei poate fi înregistrată doar parțial, pentru servicii de cazare și nu pentru servicii de alimentație publică.
9. Menționează că la 07.11.2019 pârâta totuși a devenit titularul mărcii «Select Lounge» cu numărul de înregistrare 33176 pentru clasele de produse/servicii 30, 32, 35, 43, însă pentru clasa 43 marca a fost înregistrată doar pentru servicii de cazare temporară și nu pentru servicii de alimentație publică.
10. Explică că nefiind satisfăcut de refuzul AGEPI de înregistrare a mărcii cu simbolul «Select» pentru servicii de clasa 43 - servicii de alimentație publică, pârâta la 16.10.2019 a depus o nouă cerere la AGEPI solicitând înregistrarea mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» pentru produse/serviciile de clasa 43 - și pentru servicii de alimentație publică.
11. Subliniază că, AGEPI din motive necunoscute a acceptat cererea pârâtei și la 08.10.2020 a emis decizia de înregistrare a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» cu nr. de înregistrare 34306 pentru produsele/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentație publică, deși anterior prin avizul provizoriu din 05.06.2020 AGEPI a refuzat înregistrarea mărcii pentru servicii de alimentație publică.
12. Reclamanta reținând prevederile art. 4 din Legea privind protecția mărcilor, solicită stingerea drepturilor asupra mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» pentru o parte din servicii din clasa 43 - servicii de alimentație publică, invocând atât motivele de nulitate a mărcii cât și motivele relative a nulității.

13. Reclamanta consideră că art. 21 alin. (1) lit.b) din legea nr. 38-XVI din 29.02.2008 privind protecția mărcilor, este aplicabil speței deoarece la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» pârâta cu siguranța cunoștea despre utilizarea pe piața Republicii Moldova în domeniul alimentației publice a mărcii similare «Select Banquet Hall». Concluzionează astfel, deoarece la data de 15.11.2019 AGEPI a întocmit pârâtei proces-verbal de control nr.0177 privind utilizarea ilegală a mărcii «Select -Lounge».
14. Explică că desi obiectul controlului a fost o altă marcă a pârâtului «Select-Lounge» elementul cheie din ambele mărci este cuvântul/simbolul «Select», respectiv pârâta putea să prevadă că înregistrarea mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» pentru servicii de alimentație publică de asemenea va afecta interesele reclamantului.
15. Consideră că la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» pârâta cu siguranța cunoștea despre utilizarea pe piața Republicii Moldova în domeniul alimentației publice a mărcii similare «Select Banquet Hall», cunoștea despre existența litigiului cu titularul mărcii «Select Banquet Hall» însă a ascuns aceste fapte de la AGEPI și prin urmare a acționat cu rea-credință.
16. Cu privire la motivele de nulitate relativă a mărcii, reclamanta reținând prevederile art. 22 alin. (1) lit.a) din legea nr. 38-XVI din 29.02.2008 privind protecția mărcilor, consideră că această prevedere este aplicabilă cazului deoarece marca contestată «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» deși nu este identică cu marca «Select Banquet Hall» este similară cu ea și există riscul de confuzie pentru consumator, inclusiv riscul de asociere cu marca «Select Banquet Hall».
17. Explică că pentru examinarea similitudinii mărcilor și existenței riscului de confuzie pentru consumator, reclamanta a comandat companiei «XPLANE Market Research Agency» SRL specializate în domeniul cercetării opiniei publice studiul privind similitudinea mărcilor «Select Banquet Hall» și «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate».
18. În acest sens, menționează că prin metoda aleatorie au fost interogate 150 de persoane, rezidenți a orașelor Chișinău și Orhei cu vârsta cuprinsă între 20-55 ani, cu venit mediu, mai sus de mediu și înalt, cei care au vizitat localurile cu alimentație publică: pizzerii, baruri, restaurante, bistro și altele, timp de ultimii - 2 ani, cu o frecvență - o dată la 2-3 luni și mai des.
19. Subliniază că la întrebarea (pagina 4 din raport) «*Vă rog să Vă uitați la cardul cu imaginea mărcilor, și să ne spuneți cum credeți, este aceeași marcă sau mărci total diferite?*» 38% din respondenți au menționat că «*E aceeași marcă, numai că design-ul și interpretarea este diferită*», 35% au menționat că «*Sunt mărci diferite, dar foarte asemănătoare, e ușor să le confunzi*» și doar 27% - au răspuns că «*Sunt mărci total diferite*».
20. La întrebarea Q2 (pagina 5 din raport) «*Vă rog să ne spuneți în ce se aseamănă aceste mărci?*; *Răspuns multiplu:* 91% din toți respondenții consideră că mărcile sunt asemănătoare după denumire, 39% din toți respondenții consideră că stilul a unor

elemente este asemănător și 11% respondenți consideră că stilul interpretării, la general, este asemănător.

21. La întrebarea Q3 (pagina 6 din raport) «*După părerea Dvs, care anume elemente se aseamănă? Răspuns multiplu* : 70% din toți cei care consideră că stilul a unor elemente este asemănător, au menționat că cel mai mult din elemente se aseamănă LEBEDA SIMBOLICĂ în partea de sus, 40% au menționat că - PRIMA LITERĂ «S» și 30% au menționat CULOAREA.
22. La întrebarea Q4 (pagina 7 din raport) «*Vă rog să vă uitați la cardul cu logourile restaurantelor și să ne spuneți ce credeți?*» Din toți respondenții, 69% consideră că este denumirea nouă și veche a unuia și același restaurant/ sau este unul și același restaurant; sunt denumirile filialelor lui / sau «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» - este o sală din restaurantul «*Select Banquet Hall*» / sau «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» este o filială a restaurantului «*Select Banquet Hall*» și numai 31% cred că sunt denumirile restaurantelor total diferite.
23. La întrebarea Q4 în Chișinău (pagina 8 din raport) «*Vă rog să vă uitați la cardul cu logourile restaurantelor și să ne spuneți ce credeți?*» din toți respondenții din Chișinău, 76% consideră că este denumirea nouă și veche a unuia și același restaurant / sau este unul și același restaurant sunt denumirile filialelor lui / sau «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» este o sală din restaurantul «*Select Banquet Hall*» / sau «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» - este o filială a restaurantului «*Select Banquet Hall*» și numai 24% cred că sunt denumirile restaurantelor total diferite.
24. La întrebarea Q4 în Orhei (pagina 9 din raport) «*Vă rog să vă uitați la cardul cu logourile restaurantelor și să ne spuneți ce credeți?*» din toți respondenții din Orhei, 54% consideră că este denumirea nouă și veche a unuia și același restaurant / sau este unul și același restaurant sunt denumirile filialelor lui / sau «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» este o sală din restaurantul «*Select Banquet Hall*» /sau «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» - este o filială a restaurantului «*Select Banquet Hall*» și numai 46% cred că sunt denumirile restaurantelor total diferite.
25. Astfel, concluzionează reclamanta că studiul efectuat de «XPLANE Market Research Agency» SRL demonstrează că în percepția majorității absolute a consumătorilor marca «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*» este similară cu marca înregistrată anterior «*Select Banquet Hall*» și creează confuzie pentru consumator, inclusiv riscul de asociere cu marca anterioară. Prin urmare, consideră că sunt întrunite condițiile de nulitate relativă a mărcii «*Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate*».
26. Reclamanta „MBC” S.R.L. își întemeiază pretențiile în baza dispozițiilor art. art. art. 7, 8 9, 21 alin. (1) lit. b), 22 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 38 privind protecția mărcilor, art. 166-167 Cod de procedură civilă.
27. „MBC” S.R.L. solicită : constatarea înregistrării cu rea-credința a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate», (titularul mărcii SC «Select Lounge»

SRL, numărul de înregistrare 34306, data înregistrării 08.10.2020) pentru produsele/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentația publică;

- constatarea similitudinii cu riscul de confuzie pentru consumator a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» (titularul mărcii SC «Select Lounge» SRL, numărul de înregistrare 34306, data înregistrării 08.10.2020) pentru produsele/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentație publică cu marca anterioară «Select Banquet Hall», (titularul mărcii SC «MBC» SRL, numărul de înregistrare 25499, data înregistrării 18.04.2014) pentru produsele/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentația publică;
 - stingerea drepturilor asupra mărcii prin anularea parțială a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate», titularul mărcii SC «Select Lounge» SRL, numărul de înregistrare 34306, data înregistrării 08.10.2020, pentru produsele/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentație publică, și compensarea cheltuielilor de judecată.
28. În ședința de judecată reprezentantul reclamantului avocatul Pohila Igor a susținut cererea de chemare în judecată integral și a solicitat admiterea acesteia.
29. Reprezentanții pârâtului, avocatul Kușnir Mariana și avocatul Cernolev Ion în ședința de judecată nu au recunoscut acțiunea pe motivele de fapt și de drept expuse în referița depusă.
30. În referința depusă explică că cerința reclamantului prin care solicită constatarea înregistrării cu rea credință a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» este una neîntemeiată și nefondată. Menționează că, potrivit Deciziei AGEPI privind înregistrarea mărcii din 08.07.2020 a fost admisă contestația, acceptată înregistrarea mărcii «Select Lounge», conținând datele cu nr. de depozit 044997 pentru produsele cu clasa 43 servicii de alimentație publică, cazare temporară. Decizia menționată nu a fost contestată de către nimeni și nu au fost depuse obiecții. Un alt argument invocat, reclamantul face referință la dreptul său exclusiv de a utiliza marca fără a anexa un document prin care ar confirma dreptul de utilizare exclusivă a mărcii «Select».

Subliniază că reclamantul nu este titular de drepturi exclusiv, titularul de drepturi al semnului SELECT este compania străină Sell bBendsintemațional Ag din Elveția fapt confirmat prin acordul autentificat anexat la materialele cauzei.

Notează că în conformitate cu art.8 alin 5 al Legii nr.38 din 29 februarie 2008 nu poate să-i fie refuzată înregistrarea unui semn în calitate de marcă din motivele alin. 1) și al prezentei norme, utilizatorul de semne a solicitat acordul titularului de drepturi și utlimul și-a exprimat consimțământul la utilizarea semnului, fapt pentru care SC «Select Lounge» SRL nu a încălcat prevederile art.97 al Codului contravențional.

Susține pârâtul că de către „MBC” S.R.L nu a fost dovedit existența unei situații conflictuale referitor la marca recurentului din care a reieșit necesitatea recunoașterii dreptului încălcat la folosirea mărcii la fel și nu au fost demonstrate confuzii la utilizarea mărcii or, reclamantul urma să probeze mai întâi de toate existența unei situații conflictuale referitor la marca sa în cadrul unui segment de public vizat. Cu trimitere la

prevederile art. 27 alin. (1) din Legea privind protecția mărcilor nr. 38 din 29.02.2008, explică că prin contract de licență, titularul mărcii înregistrate (licențiar) transmite dreptul de utilizare a acesteia oricărei alte persoane (licențiat), rezervându-și dreptul de proprietate asupra mărcii.

Astfel, concluzionează că contractul de licență de marcă este convenția, prin care una dintre părți (numită licențiator sau transmiteătorul licenței) conferă celeilalte părți (numită licențiat sau beneficiarul licenței) dreptul de folosire temporară, totală sau parțială, a unei mărcii. Contractul de licență nu transferă însuși dreptul subiectiv de proprietate industrială asupra mărcii, ci atribuie beneficiarului un simplu drept de folosință a mărcii, în limitele stabilite prin contract și sub un anumit control, din partea titularului mărcii. Prin licența exclusivă, licențiatorul se angajează să nu încheie și alte licențe asupra aceleiași mărcii, pentru produsele și pe teritoriul, pentru care s-a încheiat licența exclusivă».

Reprezentanții pârâtului, evidențiază că „MBC” S.R.L nu a anexat la plângerea sa niciun contract de licență prin care ar demonstra că compania străină din Elveția titularul exclusiv al semnelui SELECT, i-a oferit dreptul prin contract de utilizare a mărcii exclusive. La fel, reținând prevederile art. 61 alin. (1) și (2), art. 27 alin. (6) din Legea privind protecția mărcilor, menționează că din materialele cauzei nu rezultă niciun consimțământ al titularului exclusiv al semnelui SELECT de a iniția o procedură.

Titularul unei licențe exclusive poate iniția o astfel de procedură în cazul în care, după somație, titularul mărcii nu a intentat el însuși o asemenea acțiune în termenul prescris.

Cu referire la dispozițiile enunțate, subliniază că legislatorul a instituit ex regula în temeiul căreia titularul unei licențe exclusive poate iniția o procedură de apărare a drepturilor asupra mărcii, adică doar în cazul în care, titularul mărcii, a fost somat de către titularul unei licențe, nu a intentat el însuși o asemenea acțiune în termenul prescris. Acest fapt rezultă și din prevederile alin. (7) al normei citate, conform căreia, pentru a obține despăgubirea prejudiciului suportat, orice licențiat este în drept să intervină în cadrul acțiunii de apărare a dreptului la marcă, inițiate de titularul mărcii. În alți termeni, în cazul în care acțiunea de apărare a dreptului la marcă este inițiată către titularul mărcii, cadrul legal acordă oricărui licențiat dreptul de a interveni și el în proces. Iar în cazul în care titularul mărcii, ca urmare a somării de către titularul licenței exclusive, nu a inițiat el însuși o acțiune de apărare a dreptului la marcă, ultimul ține cont de clauzele contractului de licență, prin care titularul mărcii a oferit titularului licenței exclusive dreptul de a împiedica terții de a efectua orice activitate cu marca, este îndreptățit de a iniția o acțiune de apărare a dreptului la marcă.

31. Intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală, reprezentat de Urmaș Diana și Revun Ludmila au susținut argumentele expuse în referința depusă. Prin referința depusă, reprezentanții AGEPI explică că cererea de înregistrare a mărcii SELECT nr. depozit 044997 din 16.10.2019 a fost depusă de

către solicitantul „SELECT LOUNGE” S.R.L, pentru serviciile din clasa 43 – *servicii de alimentație publică; servicii de cazare temporară* conform Clasificării internaționale a produselor și serviciilor în scopul înregistrării mărcilor (în continuare CIPS). În urma verificării condițiilor de depunere a cererii în conformitate cu art. 37 alin. (6) lit. a) din Legea nr. 38/2008 privind protecția mărcilor cererea de înregistrare a mărcii a fost publicată în Buletinul Oficial de Proprietate intelectuală (BOPI) nr. 12/2019. În acest sens, menționează că nici o persoană nu a depus opoziție la înregistrarea mărcii.

În urma examinării dosarului cererii de înregistrare a mărcii la data de 05.06.2020 a fost emis Avizul de refuz provizoriu total conform căruia s-a constatat că la înregistrarea desemnării SELECT se opune marca națională combinată SELECT nr. 2R 6954 din 16.10.1998, titular Shell Brands International AG, Baarermatte, 6340 Baar, Elveția, înregistrată pentru o parte din servicii din clasa 43 (art. 8 alin. (1) lit. b) din Lege.

La data de 05.06.2020, solicitantul a depus contestație împotriva avizului provizoriu sus menționat, la care a anexat scrisoarea de consimțământ de la titularul mărcii opuse 2R 6954. În urma reexaminării dosarului, contestației și ținând cont de scrisoarea de consimțământ prezentată, la data de 08.07.2019 a fost emisă Decizia de înregistrare a mărcii SELECT nr. depozit 044997 din 16.10.2020 pentru serviciile din clasa 43- *servicii de alimentație publică; servicii de cazare temporară* conform CIPS pe numele titularului „SELECT LOUNGE” S.R.L, iar la data de 13.11.2020 a fost eliberat certificatul de înregistrare a mărcii SELECT nr. 34306. Susține că dreptul exclusiv nu se extinde asupra elementelor ”S”, ”LOUNGE” cu excepția executării grafice deosebite.

Explică că, reclamantul, „MBC” S.R.L este titularul mărcii combinate SELECT nr. 25499 din 04.02.2013, înregistrată pentru serviciile din clasele: 41 - *educație; instruire; divertisment; activități sportive și culturale*; 43 - *servicii de alimentație publică; servicii de cazare temporară* conform CIPS. Dreptul exclusiv nu se extinde asupra elementelor ”BANQUET”, ”HALL”. Astfel, drepturile asupra mărcii sunt protejate și asigurate în limita reproducerii, în limita claselor de servicii și în limita culorilor revendicate pentru care a fost înregistrată.

Toate acțiunile AGEPI ce țin de examinarea și înregistrarea mărcii 34306 in 16.10.2019 au fost realizate în strictă conformitate cu prevederile Legii privind protecția mărcilor și Regulamentului privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a mărcilor, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 488 din 13.08.2009.

Cu privire la constatarea faptului că pârâta a acționat cu rea-credință la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii depozit 044997 din 16.10.2020 (devenită marcă nr. 34306), menționează că obligația de a acționa cu bună-credință rezultă din prevederile art. 11 ale Codului civil. Conform prevederilor legislației naționale (art. 6 al Legii nr. 38/2008), precum și a tratatelor internaționale la care Republica Moldova este parte, dreptul la marcă poate fi dobândit de orice persoană fizică sau juridică națională sau străină. Legislația în domeniul mărcilor nu impune condiția desfășurării activității de producție, de comerț sau de prestare a serviciilor, la data depunerii cererii de înregistrare a mărcii. Mai mult ca atât, AGEPI nu este în drept să ceară solicitantului prezentarea

informației referitor la activitatea acestuia, la scopul înregistrării, toate acțiunile solicitantului fiind admise reieșind din principiile bunei credințe. În acest sens menționează Tratatul privind dreptul mărcilor (adoptat la Geneva la 27 octombrie 1994), la care Republica Moldova a aderat prin Hotărârea Parlamentului nr. 614- XIII din 27 octombrie 1995 și Tratatul de la Singapore privind dreptul mărcilor (adoptat la Singapore în martie 2006), la care Republica Moldova a aderat prin Legea Republicii Moldova nr. 214-XVI din 23 octombrie 2008, care prevăd în art. 3 alin. 7 și corespunzător în art. 3 alin. 4 că: „nicio parte contractantă nu poate cere ca alte condiții decât cele care sunt enunțate la alin. (1)-(4) și (6) să fie îndeplinite în ceea ce privește cererea. În mod special, condițiile următoare nu pot fi preținse atâta timp cât cererea este în curs de soluționare: ... - indicația conform căreia solicitantul exercită o activitate industrială sau comercială, cât și prezentarea dovezii corespunzătoare”.

Respectiv, înregistrarea mărcii se efectuează reieșind din buna-credință a solicitantului, însă, orice persoană interesele căreia îi sunt afectate de înregistrare este în drept de a solicita în instanța de judecată anularea înregistrării mărcii, inclusiv din motivul înregistrării acesteia cu rea-credință.

La anularea mărcii pe motivul înregistrării ei cu rea-credință se va ține cont în special de faptul dacă marca înregistrată este utilizată pentru produse care generează conflict cu o altă marcă sau dacă titularul mărcii înregistrate utilizează marca doar în scop de blocaj. Respectiv, instanța urmează să constate împrejurările menționate în baza probelor prezentate de reclamant, pentru a decide anularea mărcii în temeiul înregistrării acesteia cu rea-credință.

Pentru a fi aplicabil art. 22 alin. (1) lit. a) urmează a fi îndeplinite condițiile prevăzute la art. 8 alin. (1) lit. b) al Legii nr. 38/2008 conform căruia: *”se refuză înregistrarea și în cazul când marca este identică ori similară cu o marcă anterioară și, din cauza 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 ”*. În acest sens, subliniază că urmează a se ține cont de faptul că în rezultatul examinării de fond de către AGEPI a cererii de înregistrare a mărcii SELECT, s-a constatat că semnele nu sunt similare, fiind capabile de a deosebi produsele și/sau serviciile unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice. Totodată, reiterează că, pe parcursul examinării semnului SELECT nr. depozit 044997 din 16.10.2020 , reclamantul a avut posibilitatea de a depune opoziții sau contestații împotriva înregistrării.

În concluzii, AGEPI în calitatea sa de autoritate de stat împuternicită să acorde protecție obiectelor de proprietate intelectuală confirmă faptul înregistrării pe teritoriul Republicii Moldova a mărcii SELECT nr. 34306 din 16.10.2019 : *serviciile din clasa 43 - servicii de alimentație publică; servicii de cazare temporară* conform CIPS pe numele „Select Lounge” S.R.L., și lasă la discreția instanței de judecată constatarea faptului dacă pârâtul a acționat cu rea-credință la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii, reieșind din circumstanțele relevante cazului și probele prezentate de părți, în rest solicitând respingerea acțiunii ca neîntemeiată.

Aprecierea instanței de judecată:

32. Audiind participanții la proces, examinând materialele cauzei, instanța de judecată consideră necesar de a respinge acțiunea, din următoarele considerente.
33. Conform art. 121 Cod de procedură civilă, instanța judecătorească reține spre examinare și cercetare numai probele pertinente care confirmă, combat ori pun la îndoială concluziile referitoare la existența sau inexistența de circumstanțe, importante pentru soluționarea justă a cazului.
34. Articolul 130 alin. (1) Cod de procedură civilă, prevede că instanța judecătorească apreciază probele după intima ei convingere, bazată pe cercetarea multiaspectuală, completă, nepărtinitoare și nemijlocită a tuturor probelor din dosar în ansamblul și interconexiunea lor, călăuzindu-se de lege.
35. Iar, în conformitate cu art. 239 Cod de procedură civilă, hotărârea judecătorească trebuie să fie legală și întemeiată. Instanța își întemeiază hotărârea numai pe circumstanțele constatate nemijlocit de instanță și pe probele cercetate în ședință de judecată.
36. În conformitate cu art.2 din Legea nr. 38 din 29.02.2008 privind protecția mărcilor, marca este definită ca fiind orice semn susceptibil de reprezentare grafică, care servește la deosebirea produselor și/sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice.
37. Potrivit art.3 din aceeași lege, drepturile asupra mărcii sunt dobândite și probate pe teritoriul Republicii Moldova prin: a) înregistrare în condițiile prezentei legi; b) înregistrare internațională conform Aranjamentului de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 14 aprilie 1891, denumit în continuare Aranjamentul de la Madrid, sau conform Protocolului referitor la Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 27 iunie 1989, denumit în continuare Protocolul referitor la Aranjament; c) recunoașterea mărcii ca fiind notorie.
38. Articolul 6 din Legea menționată, indică că titular al mărcii este persoana fizică sau juridică ori grupul de persoane fizice și/sau juridice în numele căreia/căruia marca este protejată în conformitate cu prezenta lege. Drepturile dobândite prin înregistrarea mărcii în Registrul național al mărcilor se confirmă prin titlul de protecție - certificatul de înregistrare a mărcii.
39. Potrivit art.61 al Legii nr. 38 din 29.02.2008 privind protecția mărcilor, orice persoană fizică sau juridică, alte entități interesate care au pretenții față de utilizarea unei mărci înregistrate ori solicitate spre înregistrare sunt în drept să inițieze acțiune în instanța judecătorească pentru a-și apăra drepturile și interesele legitime.
40. În ședința de judecată s-a constatat că reclamanta Societatea Comercială „MBC” S.R.L. este titularul mărcii «Select Banquet Hall», numărul de înregistrare a mărcii 25499, data înregistrării 18.04.2014, pentru produsele/serviciile de clasa 41 -

educație; instruire; divertisment; activități sportive și culturale și clasa 43 - servicii de alimentație publică; servicii de cazare temporară.

41. Din explicațiile părții reclamante rezultă că principalele domenii de activitate a „MBC” S.R.L sunt servicii de alimentație publică, servicii de divertisment, activități sportive și culturale. Reclamantul este proprietar a două restaurante care își desfășoară activitatea sub marca «Select Banquet Hall»: restaurant din bd. Mircea cel Bătrîn, 21 din mun. Chișinău și restaurant din str. Mitropolit Varlaam, 78 din mun. Chișinău.
42. La 18.09.2018 pârâta „SELECT LOUNGE” S.R.L a depus la AGEPI cerere de înregistrare a mărcii cu simbolul «Select Lounge» pentru produsele din clasele 30,32,35 și 43 (servicii de alimentație publică și servicii de cazare temporară).
43. La 31.05.2019, AGEPI a emis aviz de refuz provizoriu total de respingere a înregistrării mărcii pârâtei indicând că pentru clasa 43 marca pârâtei poate fi înregistrată doar parțial, pentru servicii de cazare temporară și nu pentru servicii de alimentație publică.

La emiterea avizului de refuz provizoriu total AGEPI a reținut că la înregistrarea desemnării Select Lounge se opune marca națională combinată SELECT nr. 2r 6954 din 16.10.1998, titular – SHELL BRANDS INTERNATIONAL AG Baarermatte, 6340 Baar, Elveția, înregistrată pentru o parte din servicii din clasele 35, 42 (art. 8 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 38/2008 privind protecția mărcilor. S-a indicat că desemnarea solicitată poate fi înregistrată pentru toate produsele din clasa 30,32, și următoarele servicii din clasele 35- publicitate, lucrări de birou; 43- servicii de cazare temporară. La fel, s-a menționat că dreptul exclusiv nu se extinde asupra elementului „Lounge”, deoarece acest element, fiind un termen descriptiv nu poate fi înregistrat independent în calitate de marcă pentru serviciile din clasa 43 (concluzie fundamentată pe prevederile art. 10 alin. (1)² din Legea nr. 38/2008 privind protecția mărcilor).

44. Reclamanta menționează că în vara anului 2019 ar fi fost informată de consumatori că pârâta „SELECT LOUNGE” S.R.L (la acel moment denumirea pârâtului a fost «BBQ House» SRL) își desfășoară activitatea comercială în domeniul alimentației publice (restaurant din str. Vasile Lupu, 5 în or.Orhei) utilizând semnul SELECT similar cu semnul SELECT al reclamantului atât în denumirea restaurantului, cât și pe produsele accesorii (publicitate, meniu, carte de vizită etc...), astfel generând riscul de confuzie în percepția consumatorului.
45. La 07.08.2019 pârâtei i-a fost expediată pretenția nr.07A prin care a fost informată despre drepturile reclamantei asupra semnelui SELECT, solicitându-i-se să nu utilizeze semnul SELECT în activitatea sa în domeniul alimentației publice.
46. La 09.08.2019 somația reclamantei a fost recepționată de pârâtă, însă a fost lăsată fără răspuns.
47. La 05.06.2020, în urma examinării dosarului cererii de înregistrare a mărcii nr. depozit 044997, AGEPI a emis aviz de refuz provizoriu total, deoarece a constatat că la înregistrarea desemnării Select Lounge se opune marca națională combinată SELECT nr. 2R 6954 din 16.10.1998, titular – SHELL BRANDS INTERNATIONAL AG Baarermatte, 6340 Baar, Elveția, înregistrată pentru o parte din servicii din clasa

43 (art. 8 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 38/2008 privind protecția mărcilor). A indicat că dreptul exclusiv nu se extinde asupra elementelor „S”, „LOUNGE”, cu excepția executării grafice deosebite, deoarece aceste elemente, fiind termeni descriptivi, nu pot fi înregistrate independent în calitate de marcă (art. 10 din Legea nr. 38/2008 privind protecția mărcilor). Totodată au informat pârâta că scrisoarea de consimțământ prezentată la AGEPI cu nr. 48378 din 01.10.2019 se referă la cererea de înregistrare a mărcii nr. depozit 043096, respectiv nu a fost luată în considerație.

48. Pârâta nefiind satisfăcută de refuzul AGEPI de înregistrare a mărcii cu simbolul SELECT pentru servicii de clasa 43 - servicii de alimentație publică, la 16.10.2019 a depus o nouă cerere către AGEPI solicitând înregistrarea mărcii «Select Lounge» inclusiv și pentru produse/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentație publică.
49. Astfel, la 07.11.2019, AGEPI a decis înregistrarea mărcii pârâtului „SELECT LOUNGE” S.R.L. devenit titularul mărcii «Select Lounge» cu numărul de înregistrare 33176 pentru clasele de produse/servicii 30, 32, 35, 43, însă pentru clasa 43 marca a fost înregistrată doar pentru servicii de cazare temporară și nu pentru servicii de alimentație publică.

AGEPI a decis acceptarea parțială a cererii de înregistrarea mărcii pârâtului „SELECT LOUNGE” S.R.L. reținând acordul înscris al solicitantului cu nr. de intrare 4003 din 29.07.2019 și a deciziei de acceptare a modificărilor nr. 9668 din 23.08.2019 la avizul provizoriu de respingere a înregistrării mărcii din 31.05.2019.

50. La 01 iulie 2020, pârâtul „SELECT LOUNGE” S.R.L. a contestat avizul de refuz provizoriu total din 05.06.2020.
51. Prin decizia AGEPI din 08.07.2020, reținând contestația depusă, scrisoarea de consimțământ prezentată la AGEPI cu nr. de intrare 3420 la 01.07.2020 la avizul provizoriu de respingere a înregistrării mărcii din 05.06.2020, a admis contestația și a acceptat înregistrarea mărcii «Select Lounge» cu nr. de înregistrare 34306, nr. depozit 044997 pentru clasa de produse/servicii 43 - servicii de alimentație publică, servicii de cazare temporară.
52. Conform art. 21 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 38 privind protecția mărcilor, marca este declarată nulă în urma unei cereri de anulare, depuse la judecătoria în a cărei jurisdicție este sediul AGEPI, sau a unei cereri reconvenționale într-o acțiune de apărare a drepturilor, depuse la aceeași instanță, dacă solicitantul a acționat cu rea-credință în momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii. Marca se consideră ca fiind înregistrată cu rea-credință în cazul în care, la momentul depunerii cererii de înregistrare a ei, solicitantul știa sau putea ști că pe piața Republicii Moldova se utilizează o asemenea marcă, cu bună-credință, de către altă persoană, pentru produse și/sau servicii identice sau similare cu cele pentru care marca a fost depusă spre înregistrare ori că sînt promovate sau se negociază promovarea/plasarea produselor și/sau serviciilor identice sau similare cu cele pentru care marca a fost depusă spre înregistrare marcate cu o asemenea marcă, care este anterioară și care beneficiază de protecție și se bucură de renume cel puțin într-un stat parte la Convenția de la Paris sau la Acordul de instituire a Organizației Mondiale a Comerțului, iar prin utilizarea mărcii înregistrate se creează un risc de confuzie cu marca anterioară sau fără motive

justificate se profită de renumele acesteia. La anularea mărcii pe motivul înregistrării ei cu rea-credință se va ține cont în special de faptul dacă marca înregistrată este utilizată pentru produse care generează conflict cu o altă marcă sau dacă titularul mărcii înregistrate utilizează marca doar în scop de blocaj.

53. Reclamanta susține că în speță sunt aplicabile prevederile art. 21 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 38 privind protecția mărcilor, deoarece la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» pârâta cu siguranță cunoștea despre utilizarea pe piața Republicii Moldova în domeniul alimentației publice a mărcii similare «Select Banguet Hall».

54. Instanța de judecată reiterează că reaua-credință a fost definită, ca fiind incorectitudinea, atitudinea unei persoane care săvârșește un fapt sau un act contrar legii sau a celorlalte norme de conviețuire socială, pe deplin conștientă de caracterul ilicit al conduitei sale. Pentru a anula marca, din acest temei, urmează să se stabilească acțiunile de rea-credință a solicitantului, la data depunerii cererii de înregistrare a mărcii. Reaua-credință este circumscrisă atitudinii obiective și subiective a părților, urmează a fi analizată, din perspectiva raporturilor juridice existente între părți, anterior formulării cererii de înregistrare a mărcii. Simpla cunoștință a existenței și folosirii mărcii, anterior depozitului, nu este suficientă pentru întrunirea condiției relei-credințe, fiind necesar, ca acest fapt să fie unul de natură frauduloasă. Reaua-credință implică îndeplinirea cumulativă a două cerințe distincte, vizând, pe de o parte, cunoașterea „faptului relevant”, adică existența și folosirea unei mărci anterioare sau chiar a unui semn neînregistrat ca marcă, iar, pe de altă parte, intenția frauduloasă.

În concluzie, reaua-credință cerută a legitima anularea unei mărci are semnificația juridică a atitudinii subiective a persoanei care acționează conștient, urmărește crearea unei confuzii, în scop de blocaj, în domeniul în care activează și că a urmărit prejudicierea unui concurent din acest domeniu.

55. La caz, instanța analizând cererea reclamantei prin prisma motivelor invocate, a apărărilor formulate și a probelor administrate, apreciază că nu este întemeiată, pentru următoarele considerente.

56. Instanța de judecată în primul rând evidențiază că la 07.11.2019, AGPI a decis înregistrarea mărcii pârâtului „SELECT LOUNGE” S.R.L. devenit titularul mărcii «Select Lounge» cu numărul de înregistrare 33176 pentru clasele de produse/servicii 30, 32, 35, 43, însă pentru clasa 43 marca a fost înregistrată doar pentru servicii de cazare temporară și nu pentru servicii de alimentație publică.

57. Ulterior, prin decizia AGEPI din 08.07.2020, fiind reținută contestația depusă, scrisoarea de consimțământ prezentată la AGEPI cu nr. de intrare 3420 la 01.07.2020 la avizul provizoriu de respingere a înregistrării mărcii din 05.06.2020, a admis contestația și a acceptat înregistrarea mărcii Select Lounge» cu nr. de înregistrare 34306, nr. depozit 044997 pentru clasa de produse/servicii 43 - servicii de alimentație publică, servicii de cazare temporară.

58. La înregistrarea mărcii s-a ținut cont de acordul la înregistrare al mărcii naționale combinată SELECT nr. 2R 6954 din 16.10.1998, titular – SHELL BRANDS

INTERNATIONAL AG Baarermatte, 6340 Baar, Elveția, înregistrată pentru o parte din servicii din clasa 43.

59. Se reține că decizia AGEPI din 08.07.2020 nu au fost contestată de nimeni.
60. Prin urmare nu se poate reține argumentul reclamantei că pârâta a acționat cu rea credință la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii, chiar dacă a cunoscut despre existența mărcii înregistrate a reclamantei. Or, simpla cunoștință a existenței și folosirii mărcii, anterior depozitului, nu este suficientă pentru întrunirea condiției relei-credințe, fiind necesar, ca acest fapt să fie unul de natură frauduloasă și în scop de blocaj.
61. În acest sens, reclamanta „MBC” S.R.L. nu a dovedit existența unei situații conflictuale referitor la marca pârâtului în cadrul unui segment de public vizat cu privire la serviciile oferite clienților care au beneficiat de serviciile acesteia și ulterior preluarea de către pârâtă a clienților reclamantei, pentru a proba acțiunea frauduloasă și scopul de blocaj.
62. Instanța va înlătura argumentele reclamantei referitoare la reaua-credință a pârâtei, neputându-se reține intenția de creare a unei false reprezentări a destinatarului produsului/serviciului, din perspectiva existenței semnului SELECT.
63. Conduita paratei nu evidențiază faptul că înregistrarea mărcii, aceasta a fost deturnată de la scopul prevăzut de lege și anume acela de a distinge anumite servicii de cele ale altor comercianți, la acela de a indisponibiliza pe piața Republicii Moldova semnul SELECT și de a obține profit din asocierea cu renumele semnului anterior înregistrat.
64. Urmare celor constatate, deoarece în speță nu s-a constatat că pârâta la înregistrarea mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» ar fi urmărit crearea unei confuzii, în scop de blocaj, în domeniul în care activează, precum și prejudicierea unui concurent din acest domeniu, cererea reclamantei în baza prevederilor art. 21 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 38 privind protecția mărcilor, este neîntemeiată.
65. Cât privește motivele de nulitate relativă a mărcii întemeiate pe prevederile art. 22 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 38 privind protecția mărcilor, instanța observă că reclamanta susține că marca contestată «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» deși nu este identică cu marca «Select Banquet Hall» este similară și există riscul de confuzie pentru consumator, inclusiv riscul de asociere cu marca «Select Banquet Hall».
66. În acest sens, explică că riscul de confuzie între mărcile în discuție se probează prin examinarea similitudinii mărcilor și existenței riscului de confuzie pentru consumator, efectuat de compania «XPLANE Market Research Agency» SRL specializate în domeniul cercetării opiniei publice studiul privind similitudinea mărcilor «Select Banquet Hall» și «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate».
67. Reclamanta menționează că studiul efectuat de «XPLANE Market Research Agency» SRL demonstrează că în percepția majorității absolute a consumătorilor marca «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» este similară cu marca înregistrată anterior «Select Banquet Hall» și creează confuzie pentru consumator, inclusiv riscul de asociere cu marca anterioară. Prin urmare, consideră că sunt întrunite condițiile de nulitate relativă a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate».

68. Conform art. 22 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 38-XVI din 29.02.2008 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.
69. Articolul 8 alin. (1) din aceeași Lege prevede că, în afara motivelor de refuz prevăzute la art.7, se refuză înregistrarea și în cazul când marca:
- a) este identică cu o marcă anterioară înregistrată pentru produse și/sau servicii identice;
 - b) 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;
 - c) este identică ori similară cu o marcă anterioară și este solicitată spre înregistrare pentru produse și/sau servicii care nu sunt 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.
- (2) În sensul alin.(1), mărci anterioare sunt: a) 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, ținând 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; b) cererile de înregistrare a mărcilor menționate la lit.a), sub rezerva înregistrării acestora; c) 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.
70. Instanța reținând prevederile legale mai sus menționate, consideră că argumentul reclamantei fundamentat pe concluziile companiei «XPLANE Market Research Agency» SRL specializate în domeniul cercetării opiniei publice studiul privind similitudinea mărcilor, precum că marca «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» prezintă similitudine susceptibilă de a produce confuzie cu marca anterioară «Select Banquet Hall» după criteriul vizual și criteriul fonetic, nu poate fi reținut.
71. Or, elementul mărcii SELECT formează elementul verbal comun, însă deoarece nu s-a demonstrat că renumele și popularitatea desemnării SELECT incontestabil influențează gradul de similitudine a mărcii anterioare «Select Banquet Hall», în aceste condiții nu se poate considera că marca «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate» prezintă similitudine susceptibilă de a produce confuzie cu marca anterioară.
72. Astfel, instanța evidențiază că aprecierea globală a similarității vizuale sau conceptuale a mărcilor trebuie să se bazeze pe impresia de ansamblu creată de mărci care păstrează în memorie în special componentele distinctive și dominante.

73. La caz, instanța menționează că în primul rând riscul de confuzie dintre cele două mărci este eliminat de diferențele grafice și elementele asupra cărora nu se extinde dreptul exclusiv (în cazul reclamantei -"Banquet", " Hall", în cazul pârâtei – "Lounge").
74. Instanța de judecată apreciază că acțiunile pârâtei se înscriu în cadrul liberei concurențe, în condițiile unei piețe deschise, serviciile/produsele oferite de cei doi comercianți fiind utilizate în mod liber pe piață, nefiind identificate semne descriptive respectiv caracteristici ale serviciilor/produselor oferite de reclamantă care să indice exclusivitatea acestuia în domeniul respectiv. De altfel, reclamanta nici nu a probat exclusivitatea serviciilor/produselor oferite, așa cum indică prevederile art.118 alin. (1) Cod de procedură civilă, care arată că fiecare parte trebuie să dovedească circumstanțele pe care le invocă drept temei al pretențiilor și obiecțiilor sale.
75. De asemenea instanța apreciază că activitatea pârâtei nu este contrară cerințelor diligenței profesionale, nefiind de natură să denatureze comportamentul economic al consumatorului mediu cu privire la serviciul/produsul respectiv, utilizarea semnului SELECT nefiind de natură să producă confuzie în rândul consumatorilor, similitudinile existente nefiind suficiente pentru a stabili o legătură între cele două persoane juridice.
76. Caracteristica esențială a unui folos necuvenit este faptul că un terț încearcă, prin utilizarea unui semn similar unei embleme de renume, să se situeze în contextul imaginii acesteia pentru a beneficia, precum și să exploateze, fără nicio compensație financiară și fără a trebui să facă eforturi proprii în această privință, efortul comercial al titularului semnului pentru a crea și pentru a menține imaginea societății. În cazul de față nu s-a identificat elementele concurenței de perturbare, pârâta neprofitând de munca și reputația societății reclamantei, desfășurarea aceluiași obiect de activitate fiind expresia libertății comerciale, acțiunile pârâtei neavând ca scop transferarea imaginii create de reputația societății reclamante asupra serviciilor/produselor societății pârâte.
77. Astfel, întrucât nu s-a dovedit riscul de confuzie între cele două mărci în percepția publicului, iar acesta nu se prezumă ci se dovedește, nu sunt îndeplinite condițiile prevăzute de art. 22 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 38-XVI din 29.02.2008 privind protecția mărcilor.
78. Prin urmare, cerea privind stingerea drepturilor asupra mărcii prin anularea parțială a mărcii «Select Lounge - bucate alese pentru gusturi rafinate», titularul mărcii SC «Select Lounge» SRL, numărul de înregistrare 34306, data înregistrării 08.10.2020, pentru produsele/serviciile de clasa 43 - servicii de alimentație publică, și compensarea cheltuielilor de judecată, se respinge ca neîntemeiată. Corespunzător, deoarece reclamanta a pierdut procesul, se respinge și cererea privind compensarea cheltuielilor de judecată. Or instanța judecătorească obligă partea care a pierdut procesul să plătească 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 pârâtului – proporțional părții respinse din pretențiile reclamantului, situație prevăzută la art. art. 94 alin. (1) Cod de

procedură civilă.

79. Din aceste considerente, instanța a ajuns la concluzia respingerii ca neîntemeiată a acțiunii civile intentată la cererea de chemare în judecată depusă de „MBC” S.R.L. către „SELECT LOUNGE” S.R.L., intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală privind constatarea înregistrării cu rea-credință a mărcii, constatarea similitudinii mărcii, stingerea drepturilor asupra mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată.
80. În conformitate cu prevederile Legii privind protecția mărcilor nr.38 din 29.02.2008, Convenției de la Paris privind protecția proprietății intelectuale, Acordului privind aspectele drepturilor de proprietate intelectuală legate de comerț (TRIPS), adoptat la data de 1 ianuarie 1994, în vigoare pentru Republica Moldova din 01.06.2000, art. 94, art. 238-241 Cod de procedură civilă, instanța de judecată

H O T Ă R Ă Ș T E :

Se respinge ca neîntemeiată acțiunea civilă la cererea de chemare în judecată depusă de „MBC” S.R.L. către „SELECT LOUNGE” S.R.L., intervenient accesoriu Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală privind constatarea înregistrării cu rea-credință a mărcii, constatarea similitudinii mărcii, stingerea drepturilor asupra mărcii și încasarea cheltuielilor de judecată.

Hotărârea cu drept de apel la Curtea de Apel Chișinău, în termen de 30 zile din momentul pronunțării dispozitivului hotărârii, prin intermediul Judecătoriei Chișinău /sediul Centru/.

Președintele ședinței,
Judecătorul

Diana Tricolici