

CZU: 346.545

**ANALIZA TEORETICO-PRACTICĂ A CONFUZIEI
CA ACT DE CONCURENȚĂ NELOIALĂ
(*practica autorității naționale de concurență*)**

Victor VOLCINSCHI, Cornelia GORINCIOI

Universitatea de Stat din Moldova

Concurența este unul dintre cele mai importante elemente care formează baza funcționării unei economii moderne și asigură dezvoltarea relațiilor de piață. În acest proces, fenomenul concurenței și proprietatea industrială interacționează, având drept rezultat asigurarea egalității tuturor subiecților și valorificarea nestingherită a propriei creații intelectuale.

Materialul este consacrat unor probleme ce țin de calificarea acțiunilor de concurență neloidală, manifestată prin folosirea ilegală a obiectelor proprietății industriale (și nu numai), care creează sau sunt de natură să creeze confuzie în rândurile consumatorilor.

Cuvinte-cheie: *concurență neloidală, acțiuni de concurență neloidală, răspundere juridică, confuzie, proprietate industrială, marcă comercială, desen și model industrial, nume de domen, contrafacere.*

**PRACTICAL AND THEORETICAL ANALYSIS OF CONFUSION
AS AN ACT OF UNFAIR COMPETITION**

(the experience of the national competition authority)

Competition is one of the most important elements that forms the basis of the functioning of a modern economy and ensures development of market relations. In this process, the competition phenomenon and industrial property interact with the result ensuring equality of all subjects and unhindered exploitation of their intellectual creations.

The material is devoted to issues concerning the qualification of actions of unfair competition, evidenced by the illegal use of industrial property objects which creates or is likely to cause confusion among consumers.

Keywords: *unfair competition, unfair competition actions, liability, confusion, industrial property, trademark, industrial design, domain name, counterfeit.*

Introducere

În conformitate cu prevederile art.19 al Legii concurenței [1], „sunt interzise orice acțiuni sau fapte care sunt de natură să creeze, prin orice mijloc, o confuzie cu întreprinderea, produsele sau activitatea economică a unui concurent, realizate prin:

a) folosirea ilegală, integrală sau parțială a unei mărci, embleme de deservire, denumiri de firmă, a unui desen sau model industrial sau a altor obiecte ale proprietății industriale de natură să creeze o confuzie cu cele folosite în mod legal de către o altă întreprindere;

b) copierea ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi și plasarea produsului respectiv pe piață, copierea ilegală a publicității unei întreprinderi, dacă aceasta a adus sau poate aduce atingere intereselor legitime ale concurentului”.

Potrivit Dicționarului explicativ al limbii române [2], *confuzia* (din latinescul *confusio*) derivă de la verbul *a confunda*, care se explică ca fiind acțiunea de a lua o persoană drept alta sau un lucru drept altul, a asemăna, a asemui, a forma un singur tot, a se contopi.

La acest capitol legea este foarte riguroasă. Astfel, se interzic orice fapte, realizate prin orice mijloace, de natură să creeze confuzie și să poată aduce atingere intereselor legitime ale titularului. Este evidentă intenția legiuitorului de a crea o normă cu aplicabilitate pentru prezent și viitor; or, acțiunile și mijloacele prin care poate fi creată confuzia evoluează rapid, de la simple texte publicitare până la setarea anumitor programe *online*. Prin prisma normei citate, rezultă că confuzia este o componentă de acțiune de concurență neloidală formală. Aceasta este prezentă din momentul punerii în practică a acțiunilor de natură să creeze confuzia. Pentru a constata realizarea unei confuzii, nu este necesară producerea anumitor prejudicii concrete, este de ajuns ca acțiunea împlinită să presupună un efect de confuzie și să poată aduce atingere intereselor legitime

ale titularilor proprietății intelectuale. Consecințele păguboase ale confuziei vor fi luate în considerare la stabilirea mărimii amenzii [3, p.13].

În sensul Legii concurenței, nr.183/2012, este sancționabilă fapta care este de natură să creeze o confuzie. În această ordine de idei, pentru calificare este necesară doar argumentarea justificată și constatarea că acțiunile concurentului sunt de așa natură, încât ar putea crea confuzie. Această constatare se realizează de către Plenul Consiliului Concurenței. Faptul dacă confuzia s-a produs sau nu poate fi calificat doar prin chestionarea consumatorilor de produse, în baza căreia se conchide că criteriile de individualizare pot fi confundate. Probarea realizării confuziei poate fi efectuată atât de către Consiliul Concurenței, cât și de către autorul plângerii. Însă, această concluzie va avea impact nu atât asupra calificării, cât asupra precizării cuantumului sancțiunii.

1. Elementele calificative ale confuziei

În privința calificării conceptului „fapte de natură să creeze confuzie” și a acelor circumstanțe care sunt de natură să creeze confuzie, în practică se depistează abordări incongruente. Potrivit Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-16 din 14.04.2016 [4], s-a calificat drept încălcare a art.19 alin.(1) lit.a) al Legii concurenței de către întreprinderea „Online Broker de Asigurare” SRL manifestată prin folosirea ilegală, integrală și parțială, a mărcii comerciale „rapidasig”, care aparține întreprinderii „MGP Broker” SRL, în publicitatea difuzată prin intermediul programului online de publicitate „AdWords” și al motorului de căutare Google. În Decizia Plenului Consiliului Concurenței se subliniază: „Folosirea mărcii „rapidasig” de către întreprinderea „Online Broker de Asigurare” SRL este ilegală, integrală și parțială și este de natură să creeze o confuzie cu marca „rapidasig”, folosită în mod legal de către titularul de drept, întreprinderea „MGP Broker” SRL”.

Fiind atacată în ordinea contenciosului administrativ, această decizie a fost anulată. Unul dintre argumentele de anulare este menționat în Decizia CSJ din 15.03.2017 [5]: „Astfel, în cadrul examinării cauzei Consiliul Concurenței nu a probat existența în speță a unei confuzii ca urmare a pretensei utilizării ilegale a mărcii comerciale „rapidasig” de către SRL „Online Broker de Asigurare” în campania sa de publicitate online”. Curtea de Apel Chișinău just a argumentat că Consiliul Concurenței nu a prezentat probatoriu adecvat, nu există proces-verbal de efectuare a inspecției, nici un act de cercetare la fața locului, nici un studiu întocmit/comandat de către Consiliul Concurenței în cadrul desfășurării investigației premergătoare adoptării deciziei nr.CN-16 din 14 aprilie 2016, prin care s-ar confirma faptul existenței în speță a unei confuzii, și anume: a confuziei cu produsele și activitatea economică a concurentului”.

Analizând argumentele instanțelor judiciare indicate, observăm că acestea nu au acceptat calificarea acțiunilor realizate de către „Online Broker de Asigurare” SRL, efectuată de autoritatea de concurență, iar conceptul „fapte de natură să creeze confuzie” consacrat de lege nu a fost luat în seamă. Instanța de judecată a pretins existența unui act, studiu care să probeze existența confuziei, adică efectul faptelor imputate întreprinderii.

Nu putem fi de accord cu argumentarea Deciziei CSJ din 15.03.2017, deoarece *legiuitorul a prevăzut expres că sunt interzise acele fapte care sunt de natură să creeze confuzie, însă nu se prevede necesitatea existenței efectului confuziei în rândul consumatorilor*. Deja este de competența autorității de concurență de a demonstra și argumenta că anumite fapte au o natură creatoare de confuzie sau nu. Ulterior, în jurisprudența instanțelor de judecată („Imperial Unit” SRL [6], „Volta” SRL [7]), se atestă o practică de acceptare și agreare a conceptului „fapte de natură să creeze confuzie”. Mai jos vom face referire la unele cazuri concrete.

În continuare menționăm că confuzia, posibilă a se produce, se răsfrânge asupra întreprinderii, produselor sau activității economice a unui concurent. Această situație presupune că produsul unei întreprinderi este eronat considerat de către consumatori ca aparținând altei întreprinderi. Pot fi situații când un subiect se prezintă și se recomandă sub imaginea unui alt subiect, făcând aluzie că el este acel subiect sau că este un asociat, partener etc. Este posibilă orice combinație de confuzie între aceste trei elemente: întreprindere, produs, activitate economică.

Legea concurenței reglementează două categorii de modalități posibile de realizare a faptelor care sunt de natură să genereze confuzie. Acestea se manifestă fie prin folosire, fie prin copiere, ambele fapte având un caracter ilegal.

2. Mijloacele prin care se creează sau poate fi creată confuzia

2.1. Utilizarea ilicită a obiectelor de proprietate industrială

Pot fi folosite ilegal mărcile, emblemele de deservire, denumirile de firmă, desenele sau modelele industriale sau alte obiecte ale proprietății industriale. Folosirea acestor obiecte trebuie să fie de așa natură, încât să creeze sau să poată crea o confuzie cu cele folosite în mod legal de către o altă întreprindere. Folosirea constă într-o utilizare, întreținere permanentă sau periodică a unui obiect determinat. Fapta de folosire nu presupune și o arogare de drepturi, deoarece această situație deja determină apariția unui litigiu de proprietate intelectuală sau civil. Totodată, folosirea trebuie să fie publică, nu clandestină, pe ascuns. Doar utilizarea publică a mărcilor, emblemelor de deservire, denumirilor de firmă, desenelor sau modelelor industriale sau a altor obiecte ale proprietății industriale constituie o premisă *forte* pentru invocarea concurenței neloiale sub forma confuziei.

În conformitate cu prevederile art.2 al Legii privind protecția mărcilor, nr.38 din 29.02.2008 [8], marca este orice semn (vizual, sonor, olfactiv, tactil) care servește la individualizarea și deosebirea produselor și/sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice. Pot constitui mărci orice semne: a) susceptibile de reprezentare grafică – cuvinte (inclusiv nume de persoane), litere, cifre, desene, culori, combinații de culori, elemente figurative, forme tridimensionale, în special forma produsului sau a ambalajului acestuia, holograme, semne de poziționare și b) sonore, olfactive, tactile, precum și orice combinații de astfel de semne, cu condiția ca aceste semne să poată servi la deosebirea produselor și/sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice. Drepturile asupra mărcii sunt dobândite și protejate pe teritoriul Republicii Moldova prin: a) înregistrare în condițiile Legii privind protecția mărcilor; b) înregistrare internațională conform Aranjamentului de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 14.04.1891 [9] sau conform Protocolului referitor la Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 27.06.1989 [10]; c) recunoașterea mărcii ca fiind notorie.

În ceea ce privește noțiunea de emblemă, legislația națională nu prevede un regim juridic aparte și nu o definește. Astfel, în spiritul reglementărilor actuale din domeniu, emblema se echivalează cu marca. Emblema de deservire se utilizează în domeniul prestării serviciilor, executării lucrărilor ș.a.

Spre deosebire de Republica Moldova, România deține anumite reglementări pentru emblemă. În acest sens, art.15 lit.a) al Legii privind registrul comerțului, nr.26 din 1990, prevede că „*înmatricularea unei regii autonome, companii naționale sau societăți naționale în registrul comerțului va cuprinde: a) actul de înființare, denumirea, sediul și, dacă este cazul, emblema acesteia*”. Astfel, emblema este un element de identificare facultativ, pe lângă denumirea de firmă, care se înscrie în registrul comerțului dar nu în vreun registru de proprietate intelectuală. În doctrina românească se menționează că emblema este semnul sau denumirea care deosebește o întreprindere de alta de același gen [11, p.26]. Însă, legiuitorul moldav a modificat, prin Legea nr.183 din 28.10.1998 [12], dispoziția art.24 al Legii cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, nr.845 din 03.01.1992 [13], stabilind că emblema va fi protejată numai dacă se înregistrează în modul stabilit de Legea privind mărcile și denumirile de origine a produselor, anulându-se astfel deosebirea dintre marcă și emblemă [14, p.288].

În doctrină s-a afirmat că cel mai important mijloc de individualizare a persoanei juridice este denumirea de firmă [15, p.62-68]. Persoana juridică poate avea doar o singură denumire.

Denumirea de firmă este denumirea agentului economic, utilizată de către acesta în scopul identificării lui în practica activității de întreprinzător. Spre deosebire de persoana fizică, identificată în societate prin nume și prenume, persoana juridică se individualizează prin denumire (firmă). Potrivit art.66 CC RM, persoana juridică participă la raporturile juridice numai sub denumire proprie, prevăzută în actul de constituire și înscrisă în Registrul de stat. Denumirea identifică persoana juridică din totalitatea subiectelor de drept, această identificare impunându-se în activitatea comercială nu doar în scopuri de evidență și de control administrativ, economic sau financiar, cât îndeosebi ca modalitate de înregistrare și de reclamă pe piață [16, p.187].

Conform art.3 al Legii privind protecția desenelor și modelelor industriale, nr.161 din 12.07.2007 [17], desenul sau modelul industrial reprezintă aspectul exterior al unui produs sau al unei părți a lui, rezultat în special din caracteristicile liniilor, conturilor, culorilor, formei, texturii și/sau ale materialelor și/sau ale ornamentației produsului în sine. Poate fi protejat în calitate de desen sau de model industrial aspectul exterior al unui produs sau al unei părți a acestuia, rezultat în special din caracteristicile liniilor, conturilor, culorilor,

formeii, texturii și/sau ale materialelor și/sau ale ornamentației produsului în sine. Obiectul protecției poate fi bidimensional (desen industrial) sau tridimensional (model industrial), precum și o combinație a acestora. Se asigură protecție pentru desenul sau modelul industrial numai dacă acesta este nou și are un caracter individual.

Pe teritoriul Republicii Moldova sunt recunoscute și protejate:

a) desenele și modelele industriale înregistrate și confirmate prin certificatul de înregistrare a desenului sau modelului industrial în condițiile Legii privind protecția desenelor și modelelor industriale;

b) desenele și modelele industriale internaționale înregistrate conform Aranjamentului de la Haga privind înregistrarea internațională a desenelor și modelelor industriale, adoptat la 06.11.1925 [18];

c) desenele și modelele industriale neînregistrate în cazul în care au fost făcute publice în conformitate cu Legea privind protecția desenelor și modelelor industriale. Se consideră că un desen sau un model industrial a fost făcut public, dacă a fost expus sau a fost publicat, utilizat, comercializat sau dezvăluit în alt mod, cu excepția cazurilor în care aceste acțiuni nu puteau deveni cunoscute în mod rezonabil și în cursul normal al activității unor persoane fizice sau juridice din Republica Moldova, specializate în domeniul respectiv.

Alte obiecte ale proprietății industriale pot fi indicațiile geografice, denumirile de origine, specialitățile tradiționale garantate [19], soiurile de plante [20], topografiile ale circuitelor integrate [21].

Referitor la această modalitate de săvârșire a actului de concurențe neloială în forma confuziei, vom supune analizei un caz din activitatea autorității naționale a concurenței, a cărei Decizie a fost menținută de către instanța de judecată. Potrivit Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-57 din 03.09.2015 [22], întreprinderea „Eurolumina” SRL susține că la data de 04.07.2014 a constatat că întreprinderea „Volta” SRL a înregistrat numele de domen www.1000kv.md, care este asemănător cu marca „1000kw centru comercial”, denumirea centrului comercial „1000kw” și denumirea numelui de domen www.1000kw.md, pe care le deține. Urmare a investigației, autoritatea de concurență a stabilit că „întreprinderea „Volta” SRL, prin crearea paginii web cu numele de domen www.1000kv.md a folosit parțial marca „1000kw centru comercial”, prin care se creează confuzie cu marca înregistrată și utilizată în mod legal de către întreprinderea „Eurolumina” SRL”. Totodată, și „Eurolumina” SRL avea înregistrat un nume de domen asemănător cu marca proprie, și anume: www.1000kw.md. În consecință, a fost constatată încălcarea prevederilor art.19 alin.(1) lit.a) al Legii concurenței de către întreprinderea „Volta” SRL prin folosirea ilegală parțială a mărcii „1000 KW centru comercial” ce aparține întreprinderii „Eurolumina” SRL și a aplicat o amendă în mărime de 905252,91 lei.

Decizia a fost atacată la Curtea de Apel Chișinău, care a respins ca neîntemeiată acțiunea civilă [23]. Instanța a reținut că prin cererea de chemare în judecată reclamantul invocă argumente contradictorii, deoarece, pe de o parte, neagă comiterea faptei imputate acestuia, invocând ilegalitatea în acest sens a deciziei contestate, iar, pe de altă parte, susține că încălcarea admisă este minoră și nu urma a fi sancționată, inclusiv ca urmare a nivelului redus de vizitare a paginii web www.1000kv.md. Plus la aceasta, lipsa unor probe referitoare la prejudiciul cauzat petiționarului – situație ce denotă că însuși reclamantul admite comiterea încălcării Legii concurenței, care îi este imputată și pentru care i-a fost aplicată sancțiunea. Decizia Curții de Apel Chișinău a rămas irevocabilă prin neatacare în recurs.

2.2. Copierea ilicită a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului altei întreprinderi și/sau plasarea produsului respectiv pe piața relevantă

A doua categorie de modalități de realizare a faptelor care sunt de natură să creeze confuzie cuprinde copierea ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi și plasarea produsului respectiv pe piață, copierea ilegală a publicității unei întreprinderi, dacă aceasta a adus sau poate aduce atingere intereselor legitime ale concurentului.

Ambalajul produsului beneficiază de o reglementare lacunară în Republica Moldova. În acest sens, potrivit pct.2 din Normele privind etichetarea produselor alimentare, aprobate prin Hotărârea Guvernului nr.996 din 20.08.2003 [24], ambalajul reprezintă un material specific ca execuție și natură, avizat sanitar pentru ambalarea alimentelor în vederea asigurării protecției și utilizat la transportarea, manipularea, depozitarea sau desfacerea acestora. La acest capitol, la nivelul Uniunii Europene a fost adoptată Directiva nr.94/62/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20.12.1994 privind ambalajele și deșeurile de ambalaje [25]. În conformitate cu prevederile art.3 pct.1 din această Directivă, „ambalaje” înseamnă toate produsele realizate din orice materiale, de orice natură, utilizate pentru a conține, proteja, manevra, furniza și prezenta bunurile – de la materii prime la bunuri prelucrate, de la producător la utilizator sau consumator.

Articolele „nereturnabile” utilizate în aceleași scopuri trebuie, de asemenea, considerate ambalaje. „Ambalajul” constă numai din:

(a) ambalaj de vânzare sau ambalaj primar, adică ambalajul conceput pentru a constitui o unitate de vânzare pentru un utilizator sau consumator final la punctul de achiziție;

(b) ambalaj grupat sau ambalaj secundar, adică ambalajul conceput pentru a constitui la punctul de achiziție o grupare a unui anumit număr de unități de vânzare, indiferent dacă acestea sunt vândute ca atare consumatorului sau utilizatorului final sau dacă servesc numai ca mijloc de umplere a rafturilor în punctul de vânzare; acesta poate fi înlăturat din produs fără a-i afecta caracteristicile;

(c) ambalaj pentru transport sau ambalaj terțiar, adică ambalajul conceput pentru a înlesni manevrarea și transportul unui număr de unități de vânzare sau ambalaje grupate pentru a preveni manevrarea fizică și pagubele datorate transportului. Ambalajul pentru transport nu include containerele rutiere, feroviare, navale sau aeriene.

În acest context, menționăm că *înțelesul relevant al noțiunii de ambalaj al produsului pentru concurența neloidală cuprinde acel material care este prezentat consumatorilor sau la care au acces liber consumatorii*. Ambalajul utilizat doar pentru transportarea sau depozitarea produsului nu poate constitui obiect al copierii și, respectiv, al confuziei, deoarece aceste acțiuni nu au tangență cu consumatorii.

În literatura de specialitate se menționează că ambalajul este un sistem fizico-chimic complex, cu funcții multiple, care asigură menținerea sau, în unele cazuri, ameliorarea calității produsului căruia îi este destinat. Ambalajul favorizează identificarea produsului, înlesnind atragerea de cumpărători potențiali, pe care îi învață cum să folosească, să păstreze produsul și cum să apere mediul înconjurător de poluarea produsă de ambalajele uzate sau de componentii de descompunere ai acestora [26]. Institutul Francez al Ambalajului și Ambalării propune în „*Petit glossaire de l’emballage*” următoarea definiție: ambalajul este obiectul destinat să învelească sau să conțină temporar un produs sau un ansamblu de produse pe parcursul manevrării, transportului, depozitarii sau prezentării, în vederea protejării acestora sau facilitării acestor operații [27, p.5].

În lumina celor relatate, prin prisma reglementării concurenței neloidale, considerăm că ambalajul reprezintă un material deosebit prin caracteristicile sale fizice (culoare, design ș.a.), cunoscut consumatorilor, care servește pentru împachetarea produselor și deosebirea de alte produse.

Confuzia mai poate fi realizată prin copierea ilegală a formei și/sau a aspectului exterior al produsului. Aceste două caracteristici ale produsului, la prima vedere, par a avea un înțeles identic, însă acestea sunt deosebite. Potrivit DEX [28], substantivul „formă” se definește ca o categorie care desemnează structura internă și externă a unui conținut, modul de organizare a elementelor din care se compune un obiect sau un proces. În consecință, forma produsului reprezintă structura internă și externă a acestuia.

În ceea ce ține de aspectul exterior al produsului, acesta reprezintă înfățișarea exterioară a produsului, rezultat din caracteristicile liniilor, conturilor, culorilor, formei, texturii și/sau ale materialelor și/sau ale ornamentației produsului în sine. *De facto*, noțiunea „aspect exterior” este identică cu noțiunea „model și desen industrial”. Însă, *de jure*, „modelul și desenul industrial” reprezintă obiecte ale proprietății intelectuale, înregistrate conform legislației și protejate în acest sens. Un aspect important de reținut în contextul protecției aspectului exterior al produsului contra confuziei este întâietatea publicității. Altfel spus, primul intrat pe piață – primul protejat. Un fundament teoretico-practic al acestei abordări, valabil pentru forma, ambalajul și aspectul exterior al produsului, este reflectat în Decizia Pleului Consiliului Concurenței nr.CN-36 din 21.07.2016 [29]. Potrivit acestei Decizii, „Saint-Gobain Byggprodukter AB” (Suedia) a depus o plângere împotriva întreprinderii „Supraten” SA din Republica Moldova, deoarece aceasta din urmă copie ambalajul produsului de amestec uscat pentru construcție WEBER.



VETONIT pentru produsele sale cu destinație similară: FINITO SV+ și EUROFIN SV+, precum și plasează aceste produse pe piață. Regula pe care s-a axat autoritatea de concurență pentru soluționarea acestei plângeri a fost următoarea: „*Dat fiind faptul că niciuna dintre întreprinderile implicate în investigația concurențială nu are înregistrat desenul industrial în cauză la AGEPI sau la o altă autoritate de nivel internațional, drepturi asupra desenului industrial respectiv va avea cea întreprindere care prima l-a făcut public*”. În consecință, Consiliul Concurenței a conchis că „*întreprinderea „Supraten” SA a întreprins acțiuni care sunt de natură să creeze o confuzie cu întreprinderea „Saint-Gobain Byggprodukter AB” (Suedia), cu*



produsele și activitatea economică a acesteia prin copierea ilegală a ambalajului produsului WEBER.VETONIT, pentru produsele FINITO SV+, EUROFIN SV+ și plasarea acestora pe piață, aceste acțiuni fiind în stare de a aduce atingere intereselor legitime ale reclamantului", aplicând o amendă în cuantum de cca un milion de lei.

Acestea fiind menționate despre copierea ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi, în continuare se impune să menționăm faptul că pentru întregirea componenței încălcării concurenței loiale, produsul, în favoarea căruia s-a efectuat copierea, trebuie să fie plasat pe piață. În situația când concurentul a copiat atributele sus-menționate, însă pentru a fi utilizate strict doar în cadrul întreprinderii (pentru comparație, ca model ș.a.), nu suntem în prezența unei acțiuni de concurență neloială. Legiuitorul a reglementat cumularea condițiilor de copiere și de plasare pe piață, existența unei condiții singulare fiind insuficientă pentru constatarea confuziei. La art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței această situație se prevede în modul următor: „*copierea ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi și plasarea produsului respectiv pe piață*”.

O analiză detaliată a acestei norme juridice ne permite să propunem o soluție de îmbunătățire a calificării. Sunt cazuri când o întreprindere nu copie (nu produce și nici nu ambalează produsul pe teritoriul Republicii Moldova), ci *doar importă și plasează produsul pe piața autohtonă*. În acest caz, dacă nu este înregistrat vreun drept de proprietate industrială asupra formei, ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului, agentul economic nu poate să invoce confuzia, deoarece *norma prevede acțiuni cumulative de copiere și plasare pe piață*. În acest context, venim cu propunerea de a fi modificată această prevedere în așa mod, încât răspundere juridică să poarte nu doar producătorul/ambalatorul, dar și cel care distribuie acest produs/serviciu.

Reieșind din argumentele invocate, considerăm oportună modificarea art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței în sensul că urmează a fi exclusă condiția cumulativă de „*copiere și plasare pe piață*” pentru acțiunea de concurență neloială în forma confuziei. Astfel, înaintăm propunerea *de lege ferenda* de a fi modificat art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței prin adăugarea conjuncției „*sau*” după cuvintele „*unei întreprinderi și*”. Drept urmare, norma juridică de la art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței urmează să fie formulată astfel: „*Sunt interzise orice acțiuni sau fapte care sunt de natură să creeze, prin orice mijloc, o confuzie cu întreprinderea, produsele sau activitatea economică a unui concurent, realizate prin: b) copierea ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi și/sau plasarea produsului respectiv pe piață, copierea ilegală a publicității unei întreprinderi, dacă aceasta a adus sau poate aduce atingere intereselor legitime ale concurentului*”.

În continuare, vom examina un alt aspect al confuziei, și anume: aceluși legat de copierea publicității. Potrivit art.1 al Legii cu privire la publicitate, nr.1227 din 27.06.1997 [30], „*publicitatea este orice informație publică despre persoane, mărfuri (lucrări, servicii), idei sau inițiative (informație publicitară, material publicitar) menită să suscite și să susțină interesul public față de acestea, să contribuie la comercializarea lor și să ridice prestigiul producătorului*”. Este cert faptul că întreprinderile își promovează produsele prin intermediul unei publicități cât mai atrăgătoare pentru consumatori, inovativă, deosebită față de cea a concurenților și în privința căreia sunt utilizate resurse materiale și intelectuale. În consecință, copierea publicității concurentului de așa natură încât ar putea fi generatoare de confuzie între produse sau întreprinderi cade sub incidența prevederilor legislative contra concurenței neloiale.

Faptele de copiere ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi și plasarea produsului respectiv pe piață, copierea ilegală a publicității unei întreprinderi sunt elemente constitutive ale confuziei, dacă acestea au adus sau pot aduce atingere intereselor legitime ale concurentului. Concurentul (autorul plângerii) are un interes legitim dacă comportamentul denunțat afectează în mod real și direct interesele lui. Interesul trebuie să fie bazat pe un drept prevăzut de legislație.

Având în vedere modalitățile de realizare a confuziei analizate, este imperioasă reținerea faptului că prohibițiile respective nu sunt aplicabile caracteristicilor produsului, determinate exclusiv de funcția tehnică pe care o îndeplinesc. În concordanță cu art.19 alin.(2) al Legii concurenței, „*prezentul articol nu este aplicabil caracteristicilor produsului determinate exclusiv de funcția tehnică pe care o îndeplinesc*”. În această conjunctură, legiuitorul a specificat că informațiile ce reprezintă doar o însușire aflată în raport direct cu funcția tehnică pentru care servește produsului nu se supun protecției pe calea contracarării concurenței neloiale. De fapt, ar fi inoportună o asemenea protecție, deoarece aceste caracteristici sunt comune produselor majorității producătorilor și sunt bine cunoscute de către consumatori. Spre exemplu, nimeni nu va putea invoca realizarea unei confuzii dintre automobilele de tip sedan ale diferiților producători. Totodată, asupra acestei chestiuni

s-a expus și Consiliul Concurenței într-o cauză, în care s-a invocat confuzia. Potrivit Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-57 din 03.09.2015 [31], a fost calificată acțiunea de concurență neloială, confuzie, manifestată prin faptul că întreprinderea „Volta” SRL a creat o pagină web cu numele de domen www.1000kv.md, prin acest fapt folosind ilegal marca concurentului „1000kw centru comercial” și fiind asemănător cu pagina web a aceluiași concurent – www.1000kw.md. Decizia a fost atacată la Curtea de Apel Chișinău [32], care a respins ca neîntemeiat apelul. Instanța a considerat ca fiind nefondate argumentele reclamantului precum că semnul grafic „1000kv” constituie caracteristica tehnică a mai multor produse electrotehnice pentru a indica puterea acestora și sunt utilizate de producător la marcarea și descrierea tehnică a produselor. Și aceasta deoarece, deși simbolul KW semnifică un kilowatt, iar simbolul KV semnifică un kilovolt, în cazul dat este relevant că reclamantul a utilizat denumirea domeniului de www.1000kv.md ce instituie confuzie cu marca și domeniul SRL „Eurolumina”, ceea ce constituie o încălcare a dispozițiilor legale ce protejează concurența, fiind cert că niciuna dintre întreprinderile nominalizate nu a utilizat denumirile indicate în vederea semnificării produselor cu tensiunea electrică de 1000000 volți sau de 1000000 watt. Însă, aceste denumiri similare au fost utilizate pentru realizarea mărfurilor de aceeași categorie. În aceste circumstanțe, prevederile art.19 alin.(2) al Legii concurenței, potrivit căruia acest articol nu este aplicabil caracteristicilor produsului, determinate exclusiv de funcția tehnică pe care o îndeplinesc, sunt inaplicabile speței.

2.3. Utilizarea numelui de domen al concurentului

În acest compartiment vom elucida un aspect care, în pofida faptului că deja de mai mult timp este cunoscut, generează anumite probleme. Mai sus am enumerat toți indicatorii care, fiind utilizați incorect, sunt de natură să creeze confuzie. Un alt indicator pe care dorim să-l analizăm este numele de domen. La etapa actuală, întreprinderile își desfășoară activitatea economică și își promovează produsele cu ajutorul paginilor web, care sunt identificate în rețeaua de Internet prin numele de domen. Respectiv, acest nume de domen poate fi un instrument utilizat în scopuri neloiale de creare a confuziei.

Conform terminologiei de specialitate [33], domen-ul reprezintă o regiune a spațiului numelor ierarhice ale rețelei de Internet, care este deservită de un set de servere de nume de domen (DNS) și administrate la nivel central. Domeniul este identificat prin numele de domen. Putem concluziona astfel că numele de domen este un mijloc de individualizare a spațiului de adrese ale rețelei de Internet.

Termenul **internet** provine din împreunarea artificială și parțială a două cuvinte englezești: *interconnected* (interconectat) și *network* (rețea). Internetul reprezintă o rețea mondială unitară de calculatoare și alte aparate cu adrese computerizate, interconectate conform protocoalelor (regulilor) de comunicare „Transmission Control Protocol” și „Internet Protocol” [34].

Prin Rezoluția „Promovarea, protecția și exercitarea drepturilor omului pe Internet”, nr.32/13 din 01.07.2016 [35], Consiliul ONU pentru Drepturile Omului a declarat că accesul la Internet este un drept de bază al omului. Această rezoluție nu are caracter obligatoriu, dar condamnă țările care împiedică accesul liber la internet al cetățenilor.

În luna martie 2017, rata mondială de penetrare a Internetului constituia 49,6%, iar creșterea ratei, din anul 2000 până în 2017, a constituit 933,8%. Pe continentul european, în luna martie 2017 rata de penetrare a Internetului constituia 77,4%, cea mai mare după America de Nord, a cărei rată constituie 88,1% [36].

În Republica Moldova, în luna martie 2017 rata de penetrare a Internetului constituia 49,2%. Adică, din populația de 3.555.159, utilizatori de Internet sunt 1.748.645 de persoane [37]. Potrivit Agenției Naționale pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației (ANRCETI), în anul 2016 în Republica Moldova erau 1.760.060 de utilizatori de Internet mobil și 534.393 de utilizatori de Internet fix [38].

În conformitate cu datele prezentate de ÎS „Molddata”, la 31.12.2015 erau înregistrate 24.925 de nume de domen în zona internet.md [39]. Totodată, sferile principale de utilizare a Internetului de către întreprinderile din Republica Moldova se referă, în special, la scopurile de promovare și dezvoltare a întreprinderii: *căutarea informației pentru business* (78,3%), *comunicare* (74,0%) și *difuzarea informației despre activitatea întreprinderii/publicitate* (57,2%) [40].

Pornind de la cele menționate mai sus, dar și de la realitățile juridice, observăm că numele de domen beneficiază doar de niște reglementări generale, fără a i se fi acordat un anumit regim juridic. Cu toate acestea, numele de domen, tot mai utilizat la etapa actuală, interferează atât cu noțiunea de proprietate intelectuală, cât și cu cea de concurență, care sunt domenii îndeajuns reglementate.

Pentru a explica ce înseamnă „numele de domen” sau „dreptul asupra numelui de domen”, ar trebui supuse analizei următoarele elemente: modul de selectare a numelui de domen; modul de înregistrare a numelui de domen; posibilitatea sau imposibilitatea de modificare a numelui de domen; termenul și mijloacele de protecție; încetarea dreptului de protecție asupra numelui de domen; organul care înregistrează numele de domen și publicitatea numelor de domen. Cu toate acestea, ne vom axa în principiu pe necesitatea constituirii unui regim juridic în beneficiul numelui de domen care ar permite protecția acestuia, ca obiect de proprietate intelectuală.

Până în prezent nu există un răspuns clar la întrebarea: ce reprezintă dreptul la un nume de domen sau care este natura drepturilor asupra numelor de domen? Cu toate acestea, pot fi distinse două puncte de vedere principale cu privire la natura juridică a drepturilor asupra numelui de domen.

Unii juriști [41], specializați în dreptul Internetului, consideră că **numele de domen** este o proprietate, iar drepturile asupra numelor de domen sunt drepturi de proprietate absolută (dreptul titularului impune tuturor obligația de a nu încălca aceste drepturi (*erga omnes*), un prim exemplu al unui drept absolut fiind dreptul de proprietate).

Potrivit unei alte părți din juriști [42], dreptul la un nume de domen este un drept relativ (dreptul produce efecte numai între titularul său și persoana determinată – contraparte în contractul cu proprietarul, un exemplu evident al drepturilor relative fiind contractul de servicii juridice), din considerentul că acesta apare în cadrul unui contract în urma semnării lui și poate fi pus în aplicare numai în baza unui acord cu registratorul corespunzător și în conformitate cu termenele contractuale. Respectiv, numele de domen este doar un serviciu al registratorului, acordat în baza contractului încheiat.

Sunt destule argumente în favoarea ambelor poziții arătate mai sus. Aceasta din cauza că nici unii, nici alții nu disting în raportul juridic analizat două categorii de relații: a) – între solicitantul înregistrării și registratorul numelui de domen; b) – între titularul dreptului subiectiv asupra numelui de domen înregistrat și persoanele terțe. Dacă în primul caz dreptul subiectiv asupra numelui de domen are caracter relativ, apoi în cel de al doilea caz dreptul subiectiv are caracter absolut.

Pentru complinirea studiului, este necesar a menționa și poziția Curții Europene a Drepturilor Omului (CtEDO) referitor la natura drepturilor asupra numelui de domen. Relevantă în acest sens este cauza *Paeffgen GMBH contra Germaniei* [43] (cazul Paeffgen Ltd. împotriva Germaniei cu privire la cererile nr.25379/04, 21688/05, 21722/05 și 21770/05). Din Decizia pe această cauză derivă următoarele:

- Articolul 1 din Protocolul nr.1 la Convenția Europeană a Drepturilor Omului (CEDO) [44] prevede că orice persoană fizică sau juridică are dreptul la respectarea bunurilor sale. Nimeni nu poate fi lipsit de proprietatea sa decât pentru cauză de utilitate publică și în condițiile prevăzute de lege și de principiile generale ale dreptului internațional.

- CtEDO a remarcat că teoria „proprietății”, așa cum este reflectată în articolul 1 din Protocolul nr.1, „are o valoare independentă, care nu se limitează doar la posesia bunurilor materiale și care nu depinde de clasificarea formală în dreptul național. Alte drepturi și interese concrete, care formează proprietatea, de asemenea pot fi considerate ca fiind „drepturi de proprietate” și, în consecință, și ca „obiecte de proprietate” în sensul prezentului articol” (citată din Decizia CtEDO, tradusă de V.A. Kolosov [45]).

- Proprietarul unui nume de domen este liber să stabilească modul în care să-l folosească (pentru a face publicitate, pentru a comercializa serviciile și/sau bunurile; cu accesul liber sau contra cost; poate vinde sau transmite spre folosință numele de domen etc.). Prin urmare, dreptul exclusiv de a utiliza numele de domen are o valoare economică și, în consecință, este drept de proprietate, în sensul articolului 1 din Protocolul nr.1.

- Fiecare caz ar trebui investigat ținându-se cont de corelația dintre drepturile asupra numelui de domen și drepturile asupra mărcii și altor semne de identificare. Astfel, am putea găsi răspunsurile la un șir de întrebări care apar pe marginea acestor investigații, și anume: este posibilă utilizarea numelui de domen în litigiu fără a fi încălcate drepturile asupra semnelor de individualizare?; cum va trebui să se procedeze în cazul în care dreptul este menținut pentru inculpat (pârât) – proprietarul numelui de domen? etc. Acest lucru va permite să fie luate măsuri corecte pentru a stopa și preveni încălcări de acest fel pe viitor, fără a aduce atingere drepturilor de proprietate ale titularului numelui de domen asupra numelui de domen.

În ce ne privește, considerăm că o întrebare relevantă în acest context ar fi: în ce scop se dobândește dreptul la un nume de domen? Răspunsul la această întrebare va permite o mai bună înțelegere a esenței, naturii drepturilor asupra numelui de domen. Se pare că dreptul la un nume de domen este dobândit pentru utilizare liberă, administrare și dispunere a numelui de domen. Numele de domen este perceput ca un obiect,

ca un bun, ca o marfă care are valoare economică. Acesta este definit ca un drept de proprietate și în raport cu persoanele terțe, are un caracter absolut, adică este opozabil tuturor (*orga omnes*) [46, p.15].

Dat fiind faptul că, la etapa actuală, Internetul, în general, și numele de domen, în special, au o pondere mare în activitatea de întreprinzător, companiile concurează deja și pe acest teren. Iar, uneori, numele de domen, împreună cu alte obiecte ale proprietății intelectuale, se pot constitui în mijloace de realizare a actelor de concurență neloidală. De exemplu, fenomenul „*cybersquatting*” [47] presupune înregistrarea numelui de domen care conține o marcă comercială ce aparține unei alte persoane cu scopul revânzării sau utilizării neloidale.

În contextul celor relatate, vom exemplifica anumite cazuri din experiența autorității naționale de concurență, în care a fost constatată și implicarea numelui de domen. Astfel, potrivit Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-46 din 02.07.2015 [48], autoritatea de concurență a calificat drept acțiune de concurență neloidală folosirea parțială a mărcii concurentului ca nume de domen. Întreprinderea „Totul pentru copii” SRL deține marca „Baby-Boom” și numele de domen www.baby-boom.md. Cu toate acestea, întreprinderea concurentă, „Daybegin” SRL, a înregistrat numele de domen www.babyboom.md în calitate de pagină web care redirecționa consumatorii pe pagina www.bimbo.md, care, de asemenea, îi aparținea. Este de remarcat faptul că ambele întreprinderi aveau ca activitate comercializarea produselor pentru copii, iar paginile web erau utilizate în acest sens.

Într-un alt caz, conform Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-57 din 06.09.2015 [49], acțiunea de concurență neloidală a constat în faptul că întreprinderea „Volta” SRL a înregistrat numele de domen www.1000kv.md, care este asemănător cu marca „1000kw centru comercial”, cu denumirea centrului comercial „1000kw” și cu denumirea numelui de domen www.1000kw.md, deținute de întreprinderea concurentă „Eurolumina” SRL.

Prin prisma acestei practici, se poate stabili un exces de concurență, care se realizează prin implicarea numelor de domen. Dat fiind faptul că numele de domen, la moment, nu are un regim juridic bine definit, poate fi utilizat și în continuare pentru a se atenta la obiectele proprietății industriale.

În lumina celor menționate, conchidem că este necesară o atenție sporită la examinarea cazurilor ce implică numele de domen, având în vedere rapiditatea dezvoltării rețelei de Internet și creșterea numărului utilizatorilor de Internet. Totodată, admițând o situație inversă, când numele de domen este copiat, apare necesitatea reglementării drepturilor asupra numelor de domen și înglobarea acestora într-un regim juridic concret. Situația de incertitudine în acest sens face posibilă lezarea drepturilor titularilor proprietății intelectuale, comiterea prin utilizarea acestora a unor acte de concurență neloidală și apariția problematicei de protecție atât a proprietății intelectuale (atribuirea și administrarea numelor de domen), cât și a numelor propriu-zise de domen. Numele de domen constituie un bun, în accepțiunea CtEDO, și urmează a fi tratat ca atare, astfel încât să nu fie admise încălcări asupra acestui bun sau prin intermediul lui.

2.4. Crearea confuziei prin contrafacere

Un alt fenomen care de asemenea poate fi inclus în conceptul concurenței neloidale sub forma confuziei este *contrafacerea*. Potrivit DEX, verbul *a contraface* semnifică a reproduce un document, un obiect, un preparat original în scop fraudulos, dându-l drept autentic; a falsifica. Totodată, în conformitate cu art.1 alin.(50) din Codul vamal al Republicii Moldova, nr.1149 din 20.07.2000 [50], mărfuri contrafăcute sunt:

a) orice marfă, inclusiv ambalajul acesteia, care poartă, fără autorizație, o marcă identică ori care nu se deosebește în aspectele sale esențiale de o marcă de produs legal înregistrată pentru același tip de marfă și care, din acest motiv, încalcă drepturile titularului mărcii legale;

b) orice simbol al unei mărci de produs sau de serviciu (inclusiv logo, etichetă, autoadeziv, broșură, instrucțiuni de utilizare sau document de garanție care poartă un astfel de simbol), chiar dacă este prezentat separat, care se află în aceeași situație cu mărfurile definite la lit.a);

c) orice ambalaj care poartă mărci de produse contrafăcute, chiar dacă sunt prezentate separat, care se află în aceeași situație ca și mărfurile definite la lit.a).

La o analiză mai detaliată a componentelor constitutive ale confuziei și ale contrafacerii, este lesne de observat legătura dintre acestea. Ambele fapte tind să atenteze la integritatea drepturilor de proprietate intelectuală ale titularilor acestora. Pe cale de consecință, se perturbază starea de concurență loială, unde întreprinderile rivalizează atât respectându-se reciproc, cât și consumatorii. În opinia noastră, contrafacerea

reprezintă actul de concurență neloyală în forma confuziei, prin intermediul căreia produsele originale sunt confundate cu produsele ce le imită fără autorizație.

Acțiunea de contrafacere este incriminată și de legea penală. În virtutea art.246² alin.(2) din Codul penal, contrafacerea produselor semnifică fabricarea produselor care constituie sau includ un obiect de proprietate intelectuală protejat în scop de comercializare fără documente de însoțire, proveniență, calitate și conformitate, precum și îndemnarea terților la efectuarea acestei acțiuni, săvârșite în proporții mari.

În opinia noastră, prevederile legislative penale și concurențiale se aplică deopotrivă acțiunilor de contrafacere. Pe de o parte, întreprinderea va purta răspundere administrativă pentru concurență neloyală; pe de altă parte, va purta răspundere penală pentru infracțiunea care atentează la relațiile economice. Cu toate acestea, o investigație concurențială poate fi pornită doar la cererea întreprinderilor care sunt concurente și au un interes legitim, însă un proces penal poate fi pornit și din oficiu de către autoritățile de resort.

Concluzii și propuneri

✓ Concurența neloyală reprezintă un ansamblu de fapte definite de lege, realizate cu rea-credință în procesul concurenței.

✓ Considerăm oportună modificarea art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței în sensul de a fi exclusă condiția cumulativă de „copiere și plasare pe piață” pentru acțiunea de concurență neloyală în forma confuziei, astfel încât să poarte răspundere juridică nu doar producătorul/ambalatorul, dar și cel care distribuie produsul/serviciul în favoarea căruia este creată confuzia. Astfel, înaintăm propunerea de *lege ferenda* de a fi modificat art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței prin adăugarea conjuncției „/sau” după cuvintele „unei întreprinderi și”. Drept urmare, norma juridică de la art.19 alin.(1) lit.b) al Legii concurenței urmează să fie formulată astfel: „Sunt interzise orice acțiuni sau fapte care sunt de natură să creeze, prin orice mijloc, o confuzie cu întreprinderea, produsele sau activitatea economică a unui concurent, realizate prin: b) copierea ilegală a formei, a ambalajului și/sau a aspectului exterior al produsului unei întreprinderi și/sau plasarea produsului respectiv pe piață, copierea ilegală a publicității unei întreprinderi, dacă aceasta a adus sau poate aduce atingere intereselor legitime ale concurentului”.

✓ Este necesară reglementarea drepturilor asupra numelor de domen și statuarea acestora într-un regim juridic concret. Situația de incertitudine în acest sens face posibilă lezarea drepturilor titularilor proprietății intelectuale, comiterea unor acte de concurență neloyală prin utilizarea ilegală a acestora și apariția problematicii de protecție atât a proprietății intelectuale (atribuirea și administrarea numelor de domen), cât și a numelor propriu-zise de domen. Numele de domen constituie un bun, în accepțiunea CtEDO, și urmează a fi tratat ca atare, astfel încât să nu fie admise încălcări asupra acestui bun sau prin utilizarea lui. O eventuală soluție propusă este atribuirea calității de obiect de proprietate industrială numelui de domen, astfel încât protecția acestuia să fie asigurată inclusiv prin prisma legislației concurențiale.

✓ Contrafacerea reprezintă acțiunea de concurență neloyală în forma confuziei, prin intermediul căreia produsele originale sunt confundate cu produsele ce le imită fără autorizație.

Referințe:

1. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2012, nr.193-197; în vigoare din 14.09.2012.
2. <https://dexonline.ro/definitie/confuzie> [Accesat: 15.01.2018].
3. GORINCIOI, C., CRECIUN, I. Combaterea acțiunilor de concurență neloyală în domeniul proprietății intelectuale. În: *Intellectus*, 2016, nr.2, p.13.
4. Decizia Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-16 din 14.04.2016. Disponibil: <https://competition.md/public/files/Decizia-Plenului-Consiliului-Concurenței-nr-CN-16-din-1404201651e75.pdf> [Accesat: 02.12.2017].
5. Dosarul nr.3ra-200/17. Disponibil: http://jurisprudenta.csj.md/search_col_civil.php?id=35228 [Accesat: 02.12.2017].
6. Decizia CSJ din 14.12.2016, dosarul nr.3ra-1637/16. Disponibil: http://jurisprudenta.csj.md/search_col_civil.php?id=33370 [Accesat: 03.12.2017].
7. Decizia Curții de Apel Chișinău din 20.04.2017, dosarul nr.3-106/15. Disponibil: https://cac.instante.justice.md/apps/pdf_generator/base64/create_pdf.php [Accesat: 03.12.2017].
8. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2008, nr.99-101, art.362; în vigoare din 06.09.2008.
9. Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor din 14.04.1891, ratificat prin Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr.1624 din 26 octombrie 1993.
10. Protocolul referitor la Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor, adoptat la Madrid la 28 iunie 1989, ratificat prin Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr.1252 din 10.07.1997.

11. BĂCANU, I. *Firma și emblema comercială*. București: Lumina LEX, 1998, p.26.
12. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 1998, nr.105.
13. În: *Monitorul Parlamentului Republicii Moldova*, 1994, nr.2.
14. ROȘCA, N., BAIEȘ, S. *Dreptul afacerilor*. Vol.I. Chișinău: Editura F.E.P., 2004, p.288.
15. ВОЛЧИНСКИЙ, В. Понятие и содержание фирменного наименования. В: *Вестник Московского Университета*, 1973, №1, с.62-68 *apud* Roșca N., Baieș S. *Dreptul afacerilor*. Ediția a III-a. Chișinău: Tipografia Centrală, 2011, p.158.
16. ROȘCA, N., BAIEȘ, S. *Dreptul afacerilor*. Ediția a III-a. Chișinău: Tipografia Centrală, 2011, p.187.
17. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2007, nr.136-140; în vigoare din 01.12.2007.
18. Aranjamentul de la Haga privind înregistrarea internațională a desenelor și modelelor industriale, adoptat la 06.11.1925. Ratificat prin Hotărârea Parlamentului nr.1328 din 11.03.1993.
19. Legea privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate, nr.66 din 27.03.2008. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2008, nr.134-137; în vigoare din 25.10.2008.
20. Legea privind protecția soiurilor de plante, nr.39 din 29.02.2008. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2008, nr.99-101; în vigoare din 06.09.2008.
21. Legea privind protecția topografiilor circuitelor integrate, nr.655 din 29.10.1999. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2000, nr.1-4.
22. Decizia Plenului Consiliului Concurenței nr. CN-57 din 03.09.2015. Disponibil: <https://competition.md/public/files/uploads/decizii/Decizie%20neconf..pdf> [Accesat: 03.12.2017].
23. Decizia Curții de Apel Chișinău din 20.04.2017, dosarul nr.3-106/15. Disponibil: https://cac.instante.justice.md/apps/pdf_generator/base64/create_pdf.php [Accesat: 03.12.2017].
24. Hotărârea Guvernului despre aprobarea Normelor privind etichetarea produselor alimentare și Normelor privind etichetarea produselor chimice de menaj, nr.996 din 20.08.2003. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2003, nr.189-190.
25. În: *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*, nr.L365 din 31.12.1994, p.10-23. Disponibil: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:31994L0062&from=RO> [Accesat: 04.12.2017].
26. GÎTIN, L. *Ambalaje și design în industria alimentară*. Galați: Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, 2010, p.5. Disponibil: <https://mastradovanu.wikispaces.com/file/view/71628448-39477689-Ambalaje-Si-Design-in-Industria-a-Gitin-L.pdf> [Accesat: 04.12.2017].
27. Ibidem.
28. Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”. *Dicționarului explicativ al limbii române*. București: Univers Enciclopedic Gold, 2009. Disponibil: www.dexonline.ro [Accesat: 04.12.2017]
29. Decizia Pleului Consiliului Concurenței nr.CN-36 din 21.07.2016. Disponibil: <https://competition.md/public/files/Decizia-2-SUPRATEN-neconfidcc550.pdf> [Accesat: 04.12.2017].
30. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 1997, nr.67-68.
31. Decizia Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-57 din 03.09.2015. Disponibil: <https://competition.md/public/files/uploads/decizii/Decizie%20neconf..pdf> [Accesat: 03.12.2017].
32. Decizia Curții de Apel Chișinău din 20.04.2017, dosarul nr.3-106/15. Disponibil: https://cac.instante.justice.md/apps/pdf_generator/base64/create_pdf.php [Accesat: 03.12.2017].
33. МАКСИМ, М.В. Доменное имя - объект интеллектуальной собственности. В: *Доклады на IV-ой. Научно-практической конференции «Право и Интернет: теория и практика»*. Disponibil: <http://www.ifap.ru/pi/04/r11.doc> [Accesat: 30.03.2017].
34. Internet. Disponibil: <https://ro.wikipedia.org/wiki/Internet> [Accesat: 28.03.2017].
35. Rezoluția Consiliului ONU pentru drepturile omului nr.32/13 din 01.07.2016. Disponibil: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G16/195/99/PDF/G1619599.pdf?OpenElement> [Accesat: 28.03.2017].
36. World Internet Users and 2017 Population Stats. Disponibil: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Accesat: 28.03.2017].
37. Internet Stats and Facebook Usage in Europe March 2017 Statistics. Disponibil: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>. [Accesat: 28.03.2017].
38. Evoluția pieței de comunicații electronice în anul 2015, p.4. Disponibil: [http://www.anrceti.md/files/filefield/Evoluția_Pietei_2015\(rom\).pdf](http://www.anrceti.md/files/filefield/Evoluția_Pietei_2015(rom).pdf). [Accesat: 28.03.2017].
39. Raportul privind rezultatele activității economico-financiare a ÎS „MOLDDATA” pentru anul 2015, p.5. Disponibil: http://www.mtic.gov.md/sites/default/files/staticdocuments/molddata_raport_anual_2015.pdf. [Accesat: 31.03.2017].
40. *Utilizarea tehnologiilor informației și comunicațiilor în sfera businessului*. Disponibil: <http://www.mtic.gov.md/ro/node/38405>. [Accesat: 29.03.2017].
41. КОЛОСОВ, В.А. *Природа прав на доменное имя*. Disponibil: <http://kolosov.info/kommentarii/priroda-prav-na-domainnoe-imya>. [Accesat: 30.03.2017].
42. Ibidem.

43. Decision as to the admissibility of Application nos. 25379/04, 21688/05, 21722/05 and 21770/05 by PAEFFGEN GMBH against Germany of 18.09.2007. Disponibil: [http://hudoc.echr.coe.int/eng#{"appno":\["21688/05"\],"itemid":\["001-82671"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/eng#{). [Accesat: 30.03.2017].
44. Convenția Europeană a Drepturilor Omului. Disponibil: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ROM.pdf. [Accesat: 30.03.2017].
45. Decizia CtEDO cu privire la cauza *PAEFFGEN contra Germaniei*. Disponibil: <http://kolosov.info/yuridicheskie-stati/espch-o-pravah-na-domennye-imena>. [Accesat: 30.03.2017].
46. GORINCIOI, C., CRECIUN, I. Proprietatea intelectuală, numele de domeniu și concurența. În: *Intellectus*, 2017, nr.2, p.15.
47. *Киберсквоттинг*. Disponibil: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Киберсквоттинг>. [Accesat: 30.03.2017].
48. Decizia Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-46 din 02.07.2015. Disponibil: <https://competition.md/public/files/uploads/decizii/CN%2046.pdf>.
49. Decizia Plenului Consiliului Concurenței nr.CN-57 din 03.09.2015. Disponibil: <https://competition.md/public/files/uploads/decizii/Decizie%20neconf.pdf>.
50. Republicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova. Ediție specială din 01.01.2007.

Date despre autor:

Cornelia GORINCIOI, doctorandă, Școala doctorală *Științe Juridice*, Universitatea de Stat din Moldova; șef Direcție Concurență Neloială, Consiliul Concurenței. **E-mail:** cornelia_78@yahoo.com

Prezentat la 23.02.2018