

Indicații geografice vs mărci. Perspectivă națională și europeană

Delia Belciu

avocat, consilier proprietate intelectuală

- Indicația geografică este un semn distinctiv utilizat pentru a identifica un produs original dintr-un teritoriu al unei țări, dintr-o regiune sau dintr-o localitate anume a cărei calitate, reputație sau orice altă caracteristică este legată de originea sa geografică.
- De cele mai multe ori, indicațiile geografice sunt denumiri ale unor locuri care identifică produsele ce provin din aceste locuri și care au caracteristicile asociate cu acel loc.
- Spre exemplu: 'Champagne', 'Scotch whiskey', 'Șuncă de Parma'
- Cu toate acestea, sunt și nume non geografice care pot să fie de asemenea protejate ca IG-uri dacă au o legătură cu un loc anume.
- Spre exemplu, brânza FETA nu este denumită după un loc anume, dar este atât de legată de Grecia încât se identifică ca fiind un produs specific grecesc
- Protecția indicațiilor geografice prezintă importanță atât economică cât și culturală. Acestea pot să creeze valoare pentru comunitățile locale prin produse care au rădăcini în tradiție, cultură, dar pot de asemenea să susțină dezvoltarea rurală a comunităților precum și crearea de oportunități la nivelul pieții muncii
- De-a lungul timpului, țările europene au luat inițiativa de a identifica și proteja indicațiile lor geografice
- Spre ex: Cognac, Roquefort, Sherry, Parmigiano Reggiano, Jambons de Teruel și de Parma, măslina Toscană, Budějovické pivo și Budapesti téliszalámi.

- Indicațiile geografice devin un drept de proprietate intelectuală util pentru țările în curs de dezvoltare dat fiind potențialul lor de a crește valoarea și de a promova dezvoltarea socio-economică a zonelor rurale.
- Marea majoritate a țărilor au o gamă de produse locale care corespund unei noțiuni de indicații geografice, dar există și altele care sunt deja cunoscute și protejate la nivel global
- Spre ex: orezul Basmati sau ceaiul Darjeeling.
- Dat fiind această valoare a indicațiilor geografice, acestea sunt supuse riscului de contrafacere, acțiuni ce afectează atât consumatorii, cât și producătorii
- UE este activă în a negocia acorduri multilaterale și bilaterale prin care să fie protejate indicațiile geografice ale UE
- Protecția unei IG poate fi obținută:
- ***Via printr-un sistem sui generis*** – prin care o lege consideră IG ca fiind un drept de proprietate intelectuală specific, distinct

ȘI/SAU

- ***Via printr-un sistem al mărcilor*** – aceasta înseamnă un sistem care nu consideră IG-urile ca fiind drepturi separate, independente de PI
- La nivelul UE, semne precum Bordeaux, Jijona, Parma sunt protejate atât ca IG, dar pot fi înregistrate și ca mărci individuale, colective sau de certificare



- **Rolul IG**
- sunt importante pentru producători – atât pentru piața internă, cât și pentru export
- sunt importante pentru consumatori – care obțin astfel o garanție a calității, a modului de fabricație
- identitatea națională poate fi exprimată prin aceste IG-uri
- Există trei mențiuni care atestă tradițiile și calitățile specifice ale produselor alimentare și agricole, ale vinurilor, băuturilor spirtoase și ale vinurilor aromatizate produse în UE sau în alte țări. Două dintre acestea, denumirea de origine și indicația geografică au o legătură anume cu o regiune de unde provine produsul, în timp ce a treia – mențiunea tradițională garantată scoate în evidență un proces de producție a unui produs tradițional
- Datorită acestor mențiuni, consumatorii pot să recunoască ușor aceste produse ce le asigură o anumită calitate, autenticitate.
- IG-urile reprezintă nu numai un instrument de comercializare util atât la nivel național, UE, internațional, dar asigură de asemenea o protecție juridică împotriva oricărei utilizări abuzive, imitații

Reglementare națională:

- art. 3, litera g) - Legea 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice (“Legea 84/1998”) – *“indicația geografică - denumirea servind la identificarea unui produs originar dintr-o țară, regiune sau localitate a unui stat, în cazurile în care o calitate, o reputație sau alte caracteristici determinate pot fi în mod esențial atribuite acestei origini geografice”*
- art. 3, litera l) - Legea 84/1998 – *“Registrul indicațiilor geografice - colecția de date, administrată de OSIM, care cuprinde indicațiile geografice înregistrate în România, precum și toate datele înscrise referitoare la aceste înregistrări, indiferent de suportul pe care sunt păstrate aceste date”*
- art. 5 Legea 84/1998 – *“(1) Sunt refuzate la înregistrare sau pot fi declarate nule dacă sunt înregistrate, pentru următoarele **motive absolute**:*
 - *d) mărcile care sunt compuse exclusiv din semne sau din indicații, putând servi în comerț pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, **originea geografică** sau timpul fabricării produsului ori prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora;*
 - *f) mărcile care sunt **de natură să inducă publicul în eroare cu privire la originea geografică**, calitatea sau natura produsului sau a serviciului;*
 - *g) mărcile care **conțin o indicație geografică sau sunt constituite dintr-o astfel de indicație, pentru produse care nu sunt originare din teritoriul indicat, dacă utilizarea acestei indicații este de natură să inducă publicul în eroare cu privire la locul adevărat de origine;***
 - *h) mărcile care sunt constituite sau conțin o indicație geografică, identificând vinuri sau produse spirtoase care nu sunt originare din locul indicat”*

Reglementare națională:

- Art. 6, (4) din Legea 84/1998 (**motive relative**): *“O marcă este, de asemenea, refuzată la înregistrare sau, în cazul în care a fost înregistrată, este susceptibilă a fi anulată dacă:*
- *b) drepturile decurgând dintr-o marcă neînregistrată sau **dintr-un alt semn utilizat în activitatea comercială au fost dobândite înainte de data de depozit a cererii de înregistrare a mărcii ulterioare ori, după caz, înainte de data priorității invocate prin cererea de înregistrare a mărcii ulterioare și dacă acea marcă neînregistrată sau **acel semn utilizat conferă titularului său dreptul de a interzice utilizarea mărcii ulterioare;*****
- *c) **există un drept anterior**, altul decât cele prevăzute la alin. (2) lit. d), în special un drept la nume, un drept la imagine, un drept de autor, un drept de proprietate industrială”.*

Reglementare la nivelul UE:

- **Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene**

- **Articolul 7 - Motive absolute de refuz**
- **“(1) *Se respinge înregistrarea următoarelor:***
- *c) mărci care sunt **compuse exclusiv din semne sau indicații** ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, **proveniența geografică** sau data fabricației produsului sau a prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora;*
- *g) mărci care sunt de natură **să înșele publicul consumator**, de exemplu asupra naturii, calității sau **provenienței geografice** a produsului sau a serviciului;*
- *j) mărcile care sunt excluse de la înregistrare în temeiul legislației Uniunii, al dreptului intern sau al acordurilor internaționale la care Uniunea sau statul membru în cauză este parte, care prevăd **protecția denumirilor de origine și a indicațiilor geografice**;*
- *k) mărcile care sunt excluse de la înregistrare în temeiul legislației Uniunii sau al acordurilor internaționale la care Uniunea este parte, care prevăd **protecția mențiunilor tradiționale pentru vinuri**;*
- *l) mărcile care sunt excluse de la înregistrare în temeiul legislației Uniunii sau al acordurilor internaționale la care Uniunea este parte, care prevăd **protecția specialităților tradiționale garantate**”*

Reglementare la nivelul UE:

- **Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene**
- **Articolul 8 - Motive relative de refuz:**
- *“(6) La opoziția oricărei persoane autorizate în temeiul legislației relevante să își exercite drepturile care decurg dintr-o **denumire de origine sau dintr-o indicație geografică**, înregistrarea mărcii solicitate se respinge în cazul și în măsura în care, în temeiul legislației Uniunii sau al dreptului intern care prevede protejarea denumirilor de origine sau a indicațiilor geografice:*
- *(i) o cerere de înregistrare a unei denumiri de origine sau a unei indicații geografice a fost deja depusă în conformitate cu legislația Uniunii sau cu dreptul intern înainte de data de depunere a cererii de înregistrare a mărcii UE sau de data priorității invocate în sprijinul cererii, **sub rezerva înregistrării sale ulterioare**;*
- *(ii) denumirea de origine sau indicația geografică respectivă conferă dreptul de a interzice utilizarea unei mărci ulterioare”.*

Reglementare la nivelul UE:

- **Regulamentul (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 21 noiembrie 2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare**
- **Art 1 – Scop**
- *(1) Prezentul regulament are scopul de a-i ajuta pe producătorii de produse agricole și alimentare în vederea informării cumpărătorilor și consumatorilor cu privire la caracteristicile și proprietățile de producție agricolă ale produselor agricole și alimentare respective, asigurând astfel:*
 - *a) concurență loială pentru fermierii și producătorii de produse agricole și alimentare cu caracteristici și proprietăți care oferă valoare adăugată;*
 - *b) punerea la dispoziția consumatorilor de informații corecte referitoare la aceste produse;*
 - *c) respectarea drepturilor de proprietate intelectuală; și*
 - *d) integritatea pieței interne.*
- *Măsurile prevăzute de prezentul regulament sunt destinate sprijinirii activităților agricole și de prelucrare, precum și a sistemelor agricole asociate produselor de înaltă calitate, contribuind astfel la îndeplinirea obiectivelor politicii de dezvoltare rurală.*
- *(2) Prezentul regulament stabilește „sisteme de calitate” care oferă baza identificării și, după caz, a protejării denumirilor și mențiunilor care, în special, indică sau descriu produse agricole cu:*
 - *a) caracteristici care oferă valoare adăugată; sau*
 - *b) proprietăți care oferă valoare adăugată ca rezultat al metodelor agricole sau de prelucrare utilizate pentru producția acestora sau al locului de producere sau comercializare.*

- **Articolul 13 - Protecție**
- **(1) Denumirile înregistrate sunt protejate împotriva:**
 - a) oricărei utilizări comerciale directe sau indirecte a unei denumiri înregistrate pentru produse care nu sunt acoperite de înregistrare, în cazul în care produsele respective sunt comparabile cu cele înregistrate sub denumirea respectivă sau în cazul în care printr-o astfel de utilizare se exploatează reputația denumirii protejate, inclusiv atunci când produsele respective sunt folosite ca ingrediente;**
 - b) oricărei utilizări abuzive, imitări sau evocări, chiar dacă adevărata origine a produselor sau a serviciilor este indicată sau dacă denumirea protejată este tradusă sau însoțită de cuvinte precum „gen”, „tip”, „metodă”, „așa cum se prepară la/în”, „imitație” sau alte cuvinte similare, inclusiv atunci când produsele respective sunt folosite ca ingrediente**
 - c) oricărei mențiuni false sau înșelătoare privind proveniența, originea, natura sau calitățile esențiale ale produsului, care apare pe partea interioară sau exterioară a ambalajului, în materialul publicitar sau documentele referitoare la produsul în cauză, precum și împotriva ambalării produsului într-un ambalaj de natură să creeze o impresie eronată cu privire la originea acestuia;**
 - d) oricărei alte practici care ar putea induce în eroare consumatorul cu privire la adevărata origine a produsului.**
- În cazul în care o denumire de origine protejată sau o indicație geografică protejată include denumirea unui produs care este considerată a fi generică, utilizarea denumirii generice respective nu se consideră a fi contrară dispozițiilor primului paragraf literele (a) sau (b).
- (2) Denumirile de origine protejate și indicațiile geografice protejate nu devin generice.
- (3) Statele membre adoptă măsurile administrative și juridice corespunzătoare pentru a preveni sau opri utilizarea ilegală a denumirilor de origine protejate și a indicațiilor geografice protejate menționate la alineatul (1), produse sau comercializate în statul membru respectiv.
- În acest scop, statele membre desemnează autoritățile responsabile cu luarea acestor măsuri, în conformitate cu procedurile stabilite de fiecare stat membru.
- Autoritățile respective oferă garanții corespunzătoare de obiectivitate și imparțialitate și au la dispoziție personal calificat și resursele necesare pentru îndeplinirea funcțiilor lor.

- **Articolul 6 (4): "O denumire propusă spre înregistrare ca denumire de origine sau indicație geografică nu se înregistrează în situația în care, date fiind reputația și renumele unei mărci, precum și durata utilizării acesteia, înregistrarea denumirii propuse ca denumire de origine sau indicație geografică este de natură să inducă în eroare consumatorul cu privire la adevărata identitate a produsului."**
- **Articolul 14 - Relațiile dintre mărci, denumirile de origine și indicațiile geografice :**
- **"(1) În cazul în care o denumire de origine sau o indicație geografică este înregistrată în temeiul prezentului regulament, înregistrarea unei mărci a cărei utilizare ar contraveni articolului 13 alineatul (1) și care se referă la același tip de produs trebuie refuzată dacă cererea de înregistrare a mărcii este prezentată după data depunerii la Comisie a cererii de înregistrare în ceea ce privește denumirea de origine sau indicația geografică. Mărcile înregistrate cu încălcarea primului paragraf se invalidează. Dispozițiile prezentului alineat se aplică fără a aduce atingere dispozițiilor Directivei 2008/95/CE.**
- **(2) Fără a aduce atingere articolului 6 alineatul (4), o marcă a cărei utilizare contravine articolului 13 alineatul (1) și care a fost solicitată, înregistrată sau instituită prin utilizarea sa cu bună-credință pe teritoriul Uniunii, dacă această posibilitate este prevăzută în legislația în cauză, înainte de data la care este transmisă Comisiei cererea de protejare a denumirii de origine sau a indicației geografice, poate continua să fie utilizată sau să fie reînnoită pentru produsul respectiv, în pofida înregistrării unei denumiri de origine sau a unei indicații geografice, dacă marca nu intră sub incidența motivelor de anulare sau revocare prevăzute de Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară [\(22\)](#) sau de Directiva 2008/95/CE. În astfel de cazuri, este permisă utilizarea deopotrivă a denumirii de origine protejate, a indicației geografice protejate și a mărcilor relevante."**

- **Regulamentul (CE) nr. 110/2008 al Parlamentului European și al Consiliului din 15 ianuarie 2008 privind definirea, desemnarea, prezentarea, etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase și de abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 1576/89 al Consiliului**

- **Articolul 16 - Protecția indicațiilor geografice**

Fără a aduce atingere articolului 10, indicațiile geografice înregistrate în anexa III sunt protejate împotriva:

a) oricărei utilizări comerciale directe sau indirecte pentru produse care nu intră sub incidența înregistrării, în măsura în care produsele în cauză sunt comparabile cu băutura spirtoasă înregistrată sub indicația geografică respectivă sau în măsura în care această utilizare exploatează reputația indicației geografice înregistrate;

b) oricărei uzurpări, imitații sau evocări, chiar dacă este indicată originea reală a produsului sau dacă indicația geografică este utilizată în traducere sau însoțită de o formulă cum ar fi „gen”, „tip”, „fel”, „stil”, „fabricare”, „aromă” sau alt termen asemănător;

c) oricărei alte indicații false sau înșelătoare privind proveniența, originea, natura sau calitățile esențiale, prezente în desemnarea, prezentarea sau etichetarea produsului, care este susceptibilă să dea o impresie falsă în privința originii acestuia;

d) oricărei alte practici care poate induce în eroare consumatorul în privința originii reale a produsului.

- **Articolul 23 - Legătura dintre mărci și indicațiile geografice**

(1) Înregistrarea unei mărci care conține sau este constituită dintr-o indicație geografică înregistrată în anexa III este refuzată sau invalidată în cazul în care utilizarea acesteia ar avea drept rezultat oricare dintre situațiile menționate la articolul 16.

(2) Tinând cont în mod corespunzător de dispozițiile dreptului comunitar, marca a cărei utilizare corespunde uneia dintre situațiile menționate la articolul 16 și care a fost depusă, înregistrată sau recunoscută prin utilizarea sa cu bună-credință pe teritoriul comunitar, în cazul în care această posibilitate este prevăzută în legislația aplicabilă, fie înainte de data protejării indicației geografice în țara de origine, fie înainte de 1 ianuarie 1996, poate continua să fie utilizată în pofida înregistrării unei indicații geografice, cu condiția să nu existe motive de invalidare sau revocare a mărcii respective în conformitate cu Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci [\(11\)](#) sau cu Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară [\(12\)](#).

(3) O indicație geografică nu se înregistrează în cazul în care, date fiind reputația și renumele unei mărci, precum și durata utilizării sale în Comunitate, înregistrarea este de natură să inducă în eroare consumatorul cu privire la identitatea reală a produsului.

- **Regulamentul (UE) nr. 1308/2013 al Parlamentului European și al Consiliului din 17 decembrie 2013 de instituire a unei organizări comune a pietelor produselor agricole și de abrogare a Regulamentelor (CEE) nr. 922/72, (CEE) nr. 234/79, (CE) nr. 1037/2001 și (CE) nr. 1234/2007 ale Consiliului**

- **Articolul 103 - Protecție**

(1) **O denumire de origine protejată și o indicație geografică protejată pot fi utilizate de orice operator care comercializează un vin produs în conformitate cu caietul de sarcini corespunzător.**

(2) O denumire de origine protejată și o indicație geografică protejată, precum și vinul care utilizează denumirea protejată în conformitate cu caietul de sarcini **sunt protejate împotriva:**

a) oricărei utilizări comerciale directe sau indirecte a denumirii protejate respective:

(i) de produse comparabile care nu sunt conforme cu caietul de sarcini pentru denumirea protejată; sau

(ii) în măsura în care această utilizare exploatează renumirea unei denumiri de origine protejate sau a unei indicații geografice protejate.

b) utilizării abuzive, imitării sau evocării, chiar dacă originea adevărată a produsului sau a serviciului este indicată sau **dacă denumirea protejată este tradusă, transcrisă sau transliterată ori este însoțită de expresii, precum „stil”, „tip”, „metodă”, „manieră”, „imitație”, „gust”, „similar” sau altele asemănătoare;**

c) **oricărei indicații false sau înșelătoare privind proveniența, originea, natura sau calitățile esențiale ale produsului, care figurează pe partea interioară sau exterioară a ambalajului, în materialul publicitar sau în documentele referitoare la produsul vinicol respectiv, precum și împotriva ambalării produsului într-un recipient de natură să creeze o impresie greșită cu privire la originea acestuia;**

d) **oricărei alte practici de natură să inducă în eroare consumatorul cu privire la adevărata origine a produsului.**

3) Denumirile de origine protejate și indicațiile geografice protejate nu devin generice în Uniune în sensul articolului 101 alineatul (1).

- **Articolul 102 - Relația cu mărcile**

(1) Înregistrarea unei mărci care conține sau constă într-o denumire de origine protejată sau o indicație geografică protejată care nu respectă specificațiile produsului în cauză sau a cărei utilizare face obiectul articolului 103 alineatul (2) și care se referă la un produs care se înscrie în una dintre categoriile enumerate în partea II din anexa VII este:

- **refuzată**, dacă cererea de înregistrare a mărcii este înaintată după data de prezentare la Comisie a cererii de protecție privind denumirea de origine sau indicația geografică și, prin urmare, denumirea de origine sau indicația geografică este protejată; sau
- **anulată**.

2) Fără a aduce atingere articolului 101 alineatul (2), o marcă, dintre cele menționate la alineatul (1) din prezentul articol, pentru care a fost depusă o cerere, care a fost înregistrată sau care este consacrată prin utilizare de bună credință, dacă această posibilitate este prevăzută de dreptul în domeniu, pe teritoriul Uniunii, fie anterior datei obținerii protecției denumirii de origine sau a indicației geografice în țara de origine, fie anterior datei de 1 ianuarie 1996, poate fi utilizată în continuare și poate fi reînnoită în pofida protecției denumirii de origine sau a indicației geografice, cu condiția să nu existe motive de anulare sau revocare a mărcii, prevăzute de Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului [\(31\)](#) sau de Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului [\(32\)](#).

În astfel de cazuri, este permisă utilizarea denumirii de origine sau a indicației geografice alături de mărcile relevante.

- **In perioada martie-august 2017 s-au desfasurat intalniri de lucru din 40 judete din Romania, organizate de catre directiile agricole, ca urmare a calendarului aprobat de conducerea MADR in vederea accelerarii demersurilor de punere in aplicare a “Programului de incurajare a produselor traditionale” din Capitolul Politici Agricole si Dezvoltare Rurala a programului de guvernare 2017-2020.**
- Printre altele, s-a urmarit cresterea numarului de produse atestate ca produs traditional si inregistrarea in Registrul National al Produselor Traditionale care va fi recunoscut pe piata, prin utilizarea logo-ului de **“produs traditional”**, proprietatea Ministerului Agriculturii si Dezvoltarii Rurale.

Pentru sectorul industrie, s-a pus în discuție ca operatorii economici să fie consiliați pentru inregistrarea pe retete consacrate romanesti si pentru extinderea documentatiei tehnice aferente retetei consacrate romanesti.

In analiza celor aproximativ 300 de produse propuse de judete, cu potential pe termen lung, s-au identificat 100 de potentiale produse cu denumiri care ar putea accesa sistemele de calitate europene.

- **Pana in anul 2019, un numar de aproximativ 20 de produse identificate la evenimentele din lunile martie – august 2017 sunt in atentia MADR pentru finalizarea documentatiei conform Regulamentului european nr. 1151/2012 si a legislatiei nationale corespunzatoare acesteia, dintre care : **Telemea de Vaideeni**, judet Valcea, **Telemea de Sibiu**, **Branza de burduf de Bran**, **Gem de rabarbar**, **Branza de Gulianca**, **Salata deltaica cu icre de stiuca**, **Virslu de Hunedoara**, **Paine de Pecica**, **Salam de Nadlac**, **Salinate de Turda**, **Usturoi de Copalau**, **Ceapa de Pericei**, **Sunca ardelenasca**, **Varza de Toboliu**, **Bere nemteana**, **Cobza cu pastrav afumat de Valea Putnei**, **Covrigul muscelean**, **Prune afumate de Samburesti**, **Carnati oltenesti**, **Mere de Voinesti**, etc.**

In prezent, **Romania** are inregistrate ca indicatii geografice patru produse alimentare: **Magiunul de prune de Topoloveni (IGP)**, **Salamul de Sibiu (IGP)**, **Novac afumat din Tara Barsei (IGP)**, **Telemea de Ibanesti (DOP)**. Alte trei produse **se afla in analiza** la Bruxelles respectiv **Carnati de Plescoi ((IGP)**, **Scrumbie de Dunarea afumata (IGP)** si **Cascaval de Saveni (IGP)**. **Indicatii geografice** protejate pentru **bauturi spirtoase**: **Vinars Tarnave**, **Vinars Segarcea**, **Vinars Murfatlar**, **Vinars Vaslui**, **Vinars Vrancea**, **Palinca**, **Horinca de Camarzana**, **Tuica Zetea de Mediesu Aurit**, **Țuică de Valea Milcovului**, **Țuică de Buzău**, **Țuică de Argeș**, **Țuică de Zalău**, **Țuică Ardelenască de Bistrița**, **Horincă de Maramureș**, **Horincă de Cămărzana**, **Horincă de Seini**, **Horincă de Chioar**, **Horincă de Lăpuș**, **Turț de Oaș**, **Turț de Maramureș**.

- **JURISPRUDENȚĂ:**

- EUCJ – **Cauza C-108/01** - Hotărârea Curții din data de 20 mai 2003. Consorzio del Prosciutto di Parma și Salumificio S. Rita SpA împotriva Asda Stores Ltd și Hygrade Foods Ltd. Cerere având ca obiect pronunțarea unei hotărâri preliminare: House of Lords - Regatul Unit. Regulamentul (CEE) nr. 2081/92 - Regulamentul (CE) nr. 1107/96 - Articolele 29 CE și 30 CE.
- In data de 8 feb 2011, House of Lords a trimis catre EUCJ o intrebare preliminara cu privire la interpretarea Regulamentului (EEC) No 2081/92 cu privire la protectia indicatiilor geografice si a denumirilor de origine pentru produse agricole si alimentare. Acesta intrebare a aparut in cadrul unor proceduri intre Consorzio del Prosciutto di Parma (Consorzio), o asociatie a producatorilor de sunca de Parma, stabilita in Italia, si Salumificio S. Rita SpA (Salumificio), o societate stabilita in Italia, producator de sunca de Parma si membra a Consorzio, pe de o parte, si Asda Stores Ltd (Asda), o societate stabilita in UK, un operator de supermarketuri, si Hygrade Foods Ltd (Hygrade), de asemenea stabilita in UK, un importator de sunca de Parma, de cealalta parte, cu privire la comercializarea in UK a suncii sub denumirea de origine Prosciutto di Parma, feliata si impachetata in acel Stat Membru.

- Denumirea de origine Prosciutto di Parma a fost înregistrată în baza Regulamentului 1107/96 care prevedea expres cerința ca felierea și împachetarea produsului să fie făcută în regiunea de protecție a suncii. Întrebarea preliminară se referă la feliere și împachetare a suncii făcută la un alt stadiu decât cel de vânzare cu amănuntul și vânzarea în restaurante
- Întrebarea preliminară a vizat patru puncte:
- primul punct se referă dacă Regulamentul nr. 2081/92 trebuie să fie interpretat ca se opune utilizării unei DOC să fie condiționată de operațiuni precum felierea și ambalarea produsului care are loc în regiunea de producție
- al doilea aspect este dacă impunerea unei astfel de condiții privind utilizarea DOC-ului Prosciutto di Parma pentru șunca comercializată în felii constituie o măsură cu efect echivalent unei restricții cantitative la export în sensul articolului 29 CE.
- al treilea aspect este dacă, dacă este cazul, condiția în cauză poate fi considerată justificată și, prin urmare, compatibilă cu articolul 29 CE
- al patrulea aspect este dacă această condiție poate fi invocată împotriva operatorilor economici atunci când nu le-a fost notificată.

- înainte de Regulamentul nr. 2081/92, denumirile de origine erau protejate prin dispoziții naționale care au fost publicate și aplicate, în principiu, numai pe teritoriul statului membru care le-a adoptat, sub rezerva convențiilor internaționale de extindere a protecției pe teritoriul altor state membre de comun acord de către părțile contractante. Sub rezerva acestei rezerve, nu se poate presupune că, în urma unei astfel de situații, condițiile referitoare la aceste denumiri de origine erau în mod necesar cunoscute publicului și operatorilor economici din întreaga Comunitate, inclusiv detalii privind întinderea exactă a protecției definite de specificații și dispoziții naționale de natură tehnică, redactate în limba națională a statului membru în cauză.
- prin urmare, condiția ca produsul să fie tăiat și ambalat în regiunea de producție nu poate fi invocat împotriva operatorilor economici, deoarece nu a fost adus în atenția lor printr-o publicitate adecvată în legislația comunitară.

- Regulamentul (CEE) nr. 2081/92 al Consiliului din 14 iulie 1992 privind protecția indicațiilor geografice și a denumirilor de origine ale produselor agricole și alimentare trebuie interpretat în sensul că nu împiedică utilizarea unei denumiri de origine protejate de a fi supusă condiției ca operațiuni precum felierea și ambalarea produsului să se efectueze locul din regiunea de producție, în cazul în care o astfel de condiție este prevăzută în caietul de sarcini.
- în cazul în care utilizarea denumirii de origine protejate "Prosciutto di Parma" pentru șunca comercializată în felii, este condiționată de faptul că operațiunile de tăiere și ambalare se efectuează în regiunea de producție, aceasta constituie o măsură cu efect echivalent unei restricții cantitative la export în sensul articolului 29 CE, dar poate fi considerată ca fiind justificată și, prin urmare, compatibilă cu această dispoziție.
- cu toate acestea, condiția în cauză nu poate fi invocată împotriva operatorilor economici, deoarece nu a fost adusă în atenția lor printr-o publicitate adecvată în legislația comunitară, fiind pus în discuție principiul securității juridice ce impunea ca, condiția în cauză să fie adusă la cunoștința terților printr-o publicitate adecvată în dreptul comunitar, ceea ce ar fi putut fi făcut prin menționarea acestei condiții în Regulamentul nr. 1107/96.

- **Cauza T-104/11** - Ferrari/OAPI (PERLE') Hotărârea Tribunalului (camera a șaptea) din 1 februarie 2013. Ferrari F.lli Lunelli SpA împotriva Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci de comerț, desene și modele industriale) (OAPI). Marcă comunitară - Înregistrare internațională care desemnează Comunitatea Europeană - Marca figurativă PERLE' - Motive absolute de refuz - Caracter descriptiv - Lipsa caracterului distinctiv - Lipsa caracterului distinctiv dobândit prin utilizare - Articolul 7 alineatul (1) literele (b) și (c) și alineatul (3) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009.

- La 6 decembrie 2006, reclamanta, Ferrari F.lli Lunelli SpA depus înregistrarea internațională de marca care desemna UE pentru marca combinată:

PERLE'

Produsele pentru care a fost solicitată protecția acestei mărci în UE aparțineau clasei 33: „*vinuri, băuturi spirtoase, lichioruri, vinuri spumante, extracte alcoolice*”

Prin decizia din 10 mai 2010, examinatorul a refuzat protecția mărcii solicitate pentru anumite produse, și anume „*vinuri și vinuri spumante*”, din clasa 33, în temeiul articolului 7 paragraful 1 b) și c), precum și alineatele 2 și 3 din Regulamentul (CE) nr 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară

Reclamanta a introdus o acțiune împotriva acestei decizii la EUIPO în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009.

Prin Decizia din 8 decembrie 2010 (denumită "decizia atacată"), Camera a doua de recurs a EUIPO a respins acțiunea. Camera de recurs a considerat că publicul vizat era constituit din comercianți și consumatori de vin, adică anumiți profesioniști și publicul larg, iar termenul „vin perlat” exista atât în vocabularul limbii franceze cât și al limbii engleze. Acesta a menționat că termenul „perla” în legătura cu produsul vin, desemnează un „vin ușor spumant” și că termenul este identic cu marca depusă ce constă în cuvântul „perla”(perlat) scris cu litere majuscule cu un apostrof la final în locul accentului. Camera de recurs a concluzionat că marca în cauză este descriptivă pentru produsele „*vin și vin spumant*” din clasa 33 în sensul articolului 7, alineatul 1 c) din Regulamentul nr 207/2009. Acesta a concluzionat că marca este de asemenea lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7, alineatul 1 b) din Regulamentul nr 207/2009, pentru aceleași produse. Camera de recurs a constatat că datele și documentele prezentate de solicitant nu au fost suficient de convingătoare pentru stabilirea caracterului distinctiv dobândit prin utilizare în sensul articolului 7, alineatul 3, din Regulamentul nr. 207/2009.

- Impotriva acestei decizii, reclamanta a înaintat un recurs pentru anularea deciziei atacate

- În temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, mărcile care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații care pot fi utilizate în comerț pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, originea geografică sau timpul de producție al produsului sau serviciului sau alte caracteristici ale produselor sau serviciilor sunt respinse la înregistrare. Articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 prevede că alineatul (1) al acestui articol este aplicabil chiar dacă motivele de refuz există doar într-o parte a UE.
- Camera de recurs s-a referit referă la decizia examinatorului potrivit căreia cuvântul "perla" (perlat) de folosește în enologie pentru a se referi la un "vin ușor spumant". Examinatorul s-a bazat pe definițiile adjectivului "perla" (perlat) din dicționarele de limbă engleză și franceză.
- În ceea ce privește publicul relevant, reclamanta susține că trebuie să se țină seama numai de percepția consumatorului mediu și nu cea a comerciantului în aprecierea caracterului descriptiv al mărcii solicitate. Pentru vinuri, consumatorul relevant ar fi cumpărătorul final care nu posedă anumite abilități. Semnificația termenului "perlă" (perlat) nu ar fi cunoscută consumatorului mediu.
- ECJ a considerat că, cunoașterea vinului și a enologiei are un aspect cultural. Prin urmare, ar trebui să fie considerat că o parte a publicului larg este compus din media consumatorilor de vin, care au unele cunoștințe în oenologie și să cunoască semnificația de „perla” (perlat).
- În orice caz, consumatorii de vin care nu cunosc semnificația termenului "perla" (perlat) sunt adesea tind să fie sfătuiți de către profesioniștii din sector, și anume comercianții de vin, oenologii, sommelierii și alți comercianți. Prin urmare, este probabil să fie informați cu privire la semnificația acestui termen atunci când cumpără vin.
- mai mult decât atât, termenul perlat este ușor accesibil consumatorilor de vin, examinatorul a menționat că a apărut în dicționare disponibile, inclusiv pe internet, nu numai în dicționare de specialitate.
- în consecință, s-a constatat că o parte din publicul relevant cunoaște cuvântul "perla" (perlat) și că pentru cealaltă parte este rezonabil să se preconizeze dobândirea acestor cunoștințe în viitor.
- prin urmare, camera de recurs a apreciat în mod întemeiat că termenul "perla" (perlat) , utilizat în enologie pentru a desemna un "vin spumos ușor" este identic ial cu marca solicitată, ce este descriptivă pentru produsele "*Vinuri și vinuri spumante*" din clasa 33.

- In ceea ce privește argumentul reclamantei potrivit căruia consumatorul mediu folosește alte expresii potrivit cărora „vinul perlat” înseamnă vin spumant ușor, ECJ a considerat ca acest aspect este irelevant.
- Articolul 7, alineatul 1 c) din Regulamentul nr 207/2009 prevede că marca trebuie să conștie „exclusiv” de semne sau indicații care pot servi pentru a desemna caracteristici ale produselor sau serviciilor în cauză, aceasta nu prevede că aceste semne sau indicații să fie singura modalitate de a desemna astfel de caracteristici [hotărârea Curții din 12 ianuarie 2005, Wieland-Werke / OAPI (Sntem, SnPUR, SnMIX), T-367/02-T-369/02, Rec. p. II-47, punctul 41).
- In plus, potrivit unei jurisprudențe constante, o marcă verbală care descrie caracteristicile produselor sau serviciilor, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, este în mod obligatoriu lipsită de caracter distinctiv în raport cu aceste produse sau servicii în sensul articolului 7, alineatul 1 b) din regulamentul marcii UE [Hotărârea din 8 iulie 2004 Telepharmacy Solutions / OHIM (TELEPHARMACY SOLUȚII), T-289/02, Rec. p. II-2851, punctul 24, și cazul, și la 12 noiembrie 2008, EOS / OAPI a (PrimeCast), T-373/07, nepublicată în Repertoriu, punctul 46].
- in consecință, ECJ a concluzionat că marca PERLE era descriptivă pentru produsele în cauză în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 și ca aceasta trebuie să fie refuzată la înregistrare în temeiul alineatului (1) litera (b) din același articol.

- Cu privire la al doilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009, Reclamanta a susținut că, EUIPO nu a apreciat în mod corect probele prezentate în cadrul procedurii în fața EUIPO cu privire la dobândirea prin utilizare a unui caracter distinctiv în legătura cu marca solicitată la înregistrare
- Potrivit ECJ, din jurisprudență reiese că dobândirea caracterului distinctiv prin utilizarea mărcii impune ca cel puțin o parte semnificativă a publicului relevant să identifice produsele sau serviciile desemnate prin această marcă ca provenind de la o anumită întreprindere (Hotărârea Tribunalului de Primă Instanță în cauza T-262/04, BIC / OAPI (Forma unui brichetă de piatră) p. II-5959, punctul 61 și jurisprudența citată)
- De asemenea, din jurisprudență rezultă că, pentru a fi acceptată înregistrarea unei mărci în temeiul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009, caracterul distinctiv dobândit prin utilizarea acestei mărci trebuie să fie demonstrat în acea parte din Uniunea Europeană în care marca este lipsită de caracter distinctiv potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament (cauza T-91/99, Rec. p. II-1925, punctul 27). Dobândirea caracterului distinctiv prin utilizare trebuie să fie demonstrată în toate statele membre în care existența motivului relativ a fost stabilit [hotărârea Curții din 9 decembrie 2010, Earle Beauty / OHIM (NATURALLY ACTIVE), T-307 / 09, nepublicată în Recueil, punctul 49).
- În speță, camera de recurs a constatat că publicul relevant era format din consumatori de limbă franceză, și prin urmare dovada caracterului distinctiv dobândit trebuie să fie raportată la teritoriile vorbitoare de limba franceză și engleză în cadrul Uniunii Europene, și anume pentru următoarele state membre: Franța, Belgia, Luxemburg, Marea Britanie, Irlanda și Malta.
- Cu toate acestea, reclamanta a depus dovezi de utilizare la EUIPO doar pentru UK și la Franța.
- Prin urmare, ECJ a considerat că reclamanta a depus dovezi insuficiente pentru a dovedi caracterul distinctiv dobândit prin utilizare în toate teritoriile pertinente
- Prin urmare, recursul a fost respins în întregime

- Cauza T-291/03. Hotărârea Tribunalului de Primă Instanță (camera a patra) din data de 12 septembrie 2007. Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano împotriva Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci de comerț, desene și modele industriale) (OAPI). Marcă comunitară - Procedura de declarare a nulității - Marca comunitară verbală GRANA BIRAGHI - Protecția denumirii de origine «grana padano» - Lipsa caracterului generic - Articolul 142 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 -Regulamentul (CEE) nr. 2081/92.
- La 2 februarie 1998, Biraghi SpA a depus la EUIPO o cerere de înregistrare ca marcă verbale UE GRANA BIRAGHI pentru produse în clasa 29: „*brânzeturi, în special brânzeturi din lapte de vacă, brânză maturată, brânzeturi cu pastă tare, brânză în forme mari, brânză bucăți cu sau fără crustă, brânză prelucrată în diverse forme, brânză rasă și prelucrată*”. Marca a fost înregistrată la 2 iunie 1999 și publicată în *Buletinul mărcilor comunitare* din 26 iulie 1999.
- La 22 octombrie 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano (denumit în continuare „Consorzio” sau „reclamantul”) a formulat în fața EUIPO o cerere în declararea nulității mărcii UE GRANA BIRAGHI în temeiul articolului 55 din Regulamentul nr. 40/94. Acesta susținea că înregistrarea respectivei mărci era contrară protecției denumirii de origine „grana padano” în temeiul Regulamentului nr. 2081/92, precum și al articolului 7 alineatul (1) litera (g), al articolului 51 alineatul (1) litera (a), al articolului 8 alineatul (1) și al articolului 52 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 și invoca, în ceea ce privește această ultimă dispoziție, înregistrarea mărcilor anterioare naționale și internaționale GRANA și GRANA PADANO.
- Prin Decizia din 28 noiembrie 2001, divizia de anulare a EUIPO a admis cererea de declarare a nulității formulată de Consorzio în temeiul articolului 14 din Regulamentul nr. 2081/92, împotriva careia Biraghi a formulat recurs împotriva acestei decizii invocând caracterul generic și descriptiv al termenului „grana”.

- Prin Decizia din 16 iunie 2003 (cauza R 153/2002-1, denumită „decizia atacată”), Camera întâi de recurs a admis recursul formulat de Biraghi, a anulat decizia diviziei de anulare și a respins cererea de declarare a nulității mărcii comunitare GRANA BIRAGHI. Camera de recurs s-a pronunțat în sensul că termenul „grana” este generic și descriptiv pentru una dintre calitățile esențiale ale produselor în cauză. În consecință, în temeiul articolului 13 alineatul (1) din Regulamentul nr. 2081/92, existența DOP „grana padano” nu împiedică nicidecum înregistrarea semnului GRANA BIRAGHI ca marcă comunitară.
- Reclamantul, susținut de Republica Italiană, a solicitat Tribunalului declararea nulității înregistrării mărcii comunitare GRANA BIRAGHI.
- EUIPO și Biraghi a solicitat Tribunalului:
 - – respingerea acțiunii;
 - – obligarea reclamantului la plata cheltuielilor de judecată.
- În timpul ședinței, reclamantul și-a completat concluziile solicitând ca EUIPO să fie obligat la plata cheltuielilor de judecată. Cu acest prilej, la rândul său, EUIPO a declarat că jurisprudența cea mai recentă a Tribunalului îi permite să se ralieze concluziilor reclamantului și că solicită anularea deciziei atacate. În plus, a declarat că este de acord să suporte propriile cheltuieli de judecată. Tribunalul a luat act de aceste declarații în procesul-verbal al ședinței.

- ECJ a apreciat ca, cameră de recurs a ignorat criteriile care reies din jurisprudența comunitară în materie de DOP și care sunt prevăzute în articolul 3 din Regulamentul nr. 2081/92, în primul rând prin neluarea în considerare a elementelor care permit efectuarea analizei pe care o presupune eventualul caracter generic al unei denumiri sau al unui element component al denumirii, nu a făcut deloc apel la sondaje de opinie în rândul consumatorilor sau la avizul unor experți calificați în materie, nici nu a solicitat informații de la statele membre sau de la Comisie, care, la rândul său, ar fi putut sesiza cu respectiva problemă comitetul științific deși avea această posibilitate
- Elementele de probă pe care se întemeiază decizia atacată constau numai din extrase din dicționare și din căutări pe internet efectuate de camera de recurs din oficiu.
- Or, frecvența apariției termenului pe internet nu este, în sine, de natură să facă dovada caracterului generic al unei denumiri. În plus, toate definițiile termenului „grana”, care apar în dicționarele citate de către camera de recurs, fac trimitere la locul de producere a brânzei grana padano, care corespunde unei zone din câmpia Padului.
- În consecință, și contrar aprecierii camerei de recurs, aceste dicționare demonstrează, mai degrabă, că denumirea „grana” este utilizată în limba italiană ca o formă prescurtată a lui grana padano și că denumirea „grana” este legată, faptic și afectiv, de proveniența produsului din câmpia Padului

- Mai mult, în cazul în care camera de recurs ar fi analizat în mod temeinic toate elementele de probă depuse de reclamant și ar fi făcut aplicarea criteriilor care reies din jurisprudența Curții, ar fi trebuit să ajungă la concluzia că elementele probatorii referitoare la caracterul generic al denumirii „grana” nu au fost suficiente.
- Printre acești factori se numără, înainte de toate, situația legislativă din Italia privind protecția denumirii „grana padano”, precum și evoluția acesteia în timp.
- Prima recunoaștere legală a denumirii „grana” datează de la Regio Decreto Legge nr. 1177, Disposizioni integrative della disciplina della produzione e della vendita dei formaggi (Decretul-lege regal nr. 1177 din 17 mai 1938 cuprinzând dispoziții de completare a reglementării privind producerea și vânzarea brânzeturilor, GURI nr. 179 din 8 august 1938). În acest decret, care fixează conținutul minim de grăsime al diverselor brânzeturilor italiene, sunt menționate grana parmigiano-reggiano, grana lodigiano, grana emiliano, grana lombardo și grana veneto. Acest decret dovedește faptul că grana era produsă în mai multe zone din valea Padului, în apropiere de Parma și de Reggio Emilia, în Lodi, în Emilia, în Lombardia și în Veneto. În schimb, denumirea „grana padano” nu este menționată în decret.

- Ca urmare a instituirii primului regim de denumiri de origine în Italia prin Legea nr. 125/54 și Decreto del Presidente della Repubblica nr. 1269, Riconoscimento delle denominazioni circa i metodi di lavorazione, caratteristiche merceologiche e zone di produzione dei formaggi (Decretul Președintelui Republicii nr. 1269 din 30 octombrie 1955 privind recunoașterea denumirilor referitoare la metodele de fabricare, caracteristicile merceologice și zonele de producere a brânzeturilor, GURI nr. 295 din 22 decembrie 1955, p. 4401), **care a recunoscut denumirea de origine „grana padano”, brânza parmigiano reggiano și-a pierdut calificarea drept grana, din cauza caracteristicilor sale specifice, în timp ce toate celelalte brânzeturile grana au beneficiat de o recunoaștere sub denumirea „padano”.**
- Faptul că legislația italiană din 1938 citează diferite tipuri de grana (parmigiano-reggiano, lodigiano, emiliano, lombardo și veneto), toate produse în zona câmpiei Padului, fără a cita însă și tipul grana padano, precum și faptul că legislația ulterioară a introdus denumirea „grana padano”, abandonând denumirile anterioare, **constituie un indiciu că grana este un sortiment de brânză produs în mod obișnuit în numeroase zone din câmpia Padului și care, urmare acestui fapt, a fost identificat, la un moment dat, de către legiuitorul italian cu termenul „padano”, pentru a simplifica legislația în materie și pentru a cuprinde, într-o singură denumire, diversele denumiri anterioare, toate originare din valea Padului.**
- Prin urmare, calificativul „padano” nu a fost introdus pentru a restrânge cuprinsul DOP numai la anumite tipuri de grana, ci, mai degrabă, pentru a le reuni sub aceeași protecție ridicată, acordată inițial de legislația italiană și apoi de Regulamentul nr. 2081/92. Rezultă din aceasta că evoluția cadrului juridic italian denotă că denumirea „grana” nu este generică.

- Dicționarele citate de Biraghi nu sunt pertinente. Într-adevăr, contrar a ceea ce pretinde Biraghi, se poate observa că, deși *Dictionnaire des fromages Larousse* definește tipurile de grana ca „brânzeturi italiene având (anumite) caracteristici comune”, totuși, în continuare, se arată că o serie de legi italiene au definit denumirea acestora, făcând distincția între brânzeturile produse în anumite provincii (parmigiano reggiano) și cele produse în alte provincii (grana padano), venind, astfel, să susțină teza contrară celei a caracterului generic al denumirii „grana”. În schimb, din *Guide du fromage Androuët-Stock* nu se poate trage nicio concluzie, de altfel acesta nici nu citează grana padano.
- Cadrul legislativ italian nu era, de altfel, singurul indiciu pe care camera de recurs îl avea la dispoziție pentru a exclude caracterul generic al denumirii „grana”. Într-adevăr, aceasta avea cunoștință de faptul că nici un stat membru nu a ridicat problema pretinsului caracter generic al denumirii „grana” în cadrul comitetului de reglementare consultat de Comisie în vederea adoptării Regulamentului nr. 1107/96. Mai mult, nu a fost furnizată nicio probă privind comercializarea unui sortiment de brânză denumit „grana” în cadrul Comunității Europene.
- Având în vedere obligația sa de a se informa din oficiu cu privire la dreptul național aplicabil [a se vedea, în acest sens, Hotărârea Tribunalului din 20 aprilie 2005, Atomic Austria/OAPI – Fabricas Agrupadas de Muñecas de Onil (ATOMIC BLITZ), T-318/03, Rec., p. II-1319, punctul 35], camera de recurs ar fi putut să țină seama de existența unor legislații naționale care transpun convenția internațională privind utilizarea denumirilor de origine și denumiri de brânzeturi, citată anterior, și a convențiilor internaționale bilaterale de protecție a denumirii „grana”.
- ECJ a concluzionat ca acțiunea este întemeiată în măsura în care camera de recurs a considerat în mod greșit că denumirea „grana” este generică și că existența DOP „grana padano” nu împiedică înregistrarea mărcii GRANA BIRAGHI în sensul articolului 14 din Regulamentul nr. 2081/92.
- În consecință, decizia atacată a fost anulată.



Va mulțumesc! 😊

Delia Belciu, avocat, consilier proprietate intelectuală

delia.belciu@db-law.ro; www.db-law.ro