

IP FOR YOU 2026

RENUMELE ȘI NOTORIETATEA ÎN DREPTUL MĂRCILOR

Distinctivitatea dobândită prin utilizare

Semn

Identitate recunoscută



OFICIUL DE STAT PENTRU INVENȚII ȘI MĂRCI (OSIM)
7 OCTOMBRIE 2026

Trei concepte. Trei perspective **juridice**.

Notorietate

Cât de cunoscută este marca
în rândul publicului relevant?

Renum

Ce presupune recunoașterea
deosebită a unei mărci
anterioare înregistrate?

Distinctivitate dobândită

A ajuns publicul relevant să
perceapă semnul ca indicator
al originii comerciale?

Utilizarea și percepția publicului le intersectează.

Condițiile și efectele juridice sunt distincte.

Notorietatea mărcii

Grad ridicat de cunoaștere de către publicul relevant, ca urmare a utilizării pe piață.

Marcă anterioară

Notorie în România la data relevantă, în sensul art. 6 bis din Convenția de la Paris.

Art. 6 alin. (2) lit. d), Legea nr. 84/1998

Semn → produse/servicii → origine comercială

Protecție

- Similitudine între semne
- Identitate/similitudine produse/servicii
- Risc de confuzie

Nu este necesară înregistrarea.

Notorietatea nu înseamnă simpla utilizare

Utilizarea anterioară

Nu este suficientă.

Larg cunoscut publicului relevant

La data depozitului/priorității mărcii contestate.

Criterii de apreciere

Distinctivitate; gradul de cunoaștere

Durata și întinderea utilizării și publicității

Aria geografică; extinderea teritorială; volumul vânzărilor

Investițiile în promovare și publicitate; asocierea constantă cu produsele/serviciile

Lipsa înregistrării nu elimină obligația de a demonstra notorietatea.

Renumele mărcii

Condiția de plecare

Marcă anterioară înregistrată în România sau, pentru marca UE, în Uniunea Europeană.

Protecție condiționată

Produse/servicii identice, similare sau nesimilare.

Utilizarea ulterioară, **fără motiv justificat**, ar obține foloase necuvenite din caracterul distinctiv sau renume ori ar aduce atingere acestora.

Art. 6 alin. (3) lit. a), Legea nr. 84/1998

Protecția poate depăși similitudinea produselor/serviciilor, în aceste condiții.

Renumele trebuie demonstrat

Cunoaștere/recunoaștere

De către publicul relevant

Utilizare

Durată, întindere geografică, intensitate

Pondere pe piață

Investiții în promovare

Valoare economică și imagine

Asociate mărcii



Nu este suficient ca marca să fie cunoscută.

Caracter distinctiv puternic + recunoaștere deosebită pe piață, care poate explica profitarea de reputație sau afectarea caracterului distinctiv.

Când utilizarea transformă percepția publicului?

Caracter distinctiv: aptitudinea de a identifica originea comercială și de a diferenția produsele/serviciile de cele ale altor întreprinderi.

01

Semn

02

Utilizare

Efectivă și constantă

03

**Percepție
formată**

04

Origine comercială

O parte semnificativă a publicului relevant identifică produsele/serviciile cu aceeași întreprindere.

Art. 5 alin. (1) lit. b): semnele lipsite de caracter distinctiv pot fi refuzate sau declarate nule dacă sunt înregistrate.

Distinctivitatea dobândită se apreciază anterior datei cererii de înregistrare.

De la concept la **probă**

Notorietate

Este marca larg cunoscută de publicul relevant?

Renumă

Este marca anterioară înregistrată și are recunoaștere deosebită, demonstrată?

Distinctivitate dobândită

Identifică o parte semnificativă a publicului relevant originea comercială prin semnul utilizat?

Diferențele devin vizibile prin natura și forța probelor prezentate.



Exemplu practic 01

RENUME - NOTORIETATE

Marci opuse

Marca solicitata la inregistrare

Marcă anterioară
00941471



Marcă anterioară
00868141



Marcă anterioară
013461645
NIKKI BEACH WHITE PARTY
Marcă anterioară
013362082
THE NIKKI
Marcă anterioară
013257332
NIKKI MARINA

M 2021 08974
NIKKI EVENTS



cls.35, 43

cls.35, 43

cls.35, 41,43

cls.41

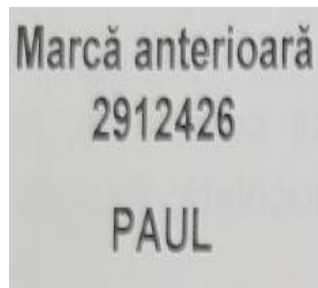
Articole de lege invocate:

art.6 alin.(1) lit.b); art.6 alin.(2) lit.a); art.6 alin.(3) lit.a) din Legea nr. 84/1998, republicată

Exemplu practic 02

RENUME - NOTORIETATE

Marci opuse



Marca solicitata la inregistrare



cls. 30 și 43

Articole de lege invocate:

art.6 alin.(1) lit.b); art.6 alin.(2) lit.a) și d); art.6 alin.(3) lit.a) din Legea nr. 84/1998, republicată

cls.30

Exemplu practic 03

RENUME - NOTORIETATE

Marci opuse

Marca anterioară	Număr de înregistrare	Țara de înregistrare	Data înregistrării
IGLO	9314261	EUIPO	19/10/2012
IGLO	9960386	EUIPO	11/11/2011
IGLO	5740238	EUIPO	25/02/2008
IGLO	18089643	EUIPO	5/2/2020

IGLO

Marca solicitata la inregistrare

IGLOSTAR

cls.29

cls.29, 31

Articole de lege invocate:

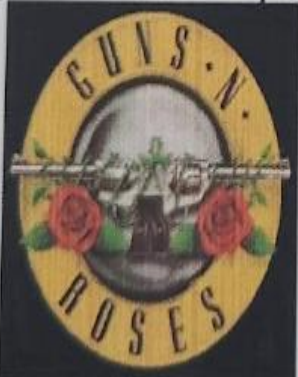
art.6 alin.(1) lit.b); art.6 alin.(2) lit.a); art.6 alin.(3) lit.a) din Legea nr. 84/1998, republicată

Exemplu practic 04

RENUME - NOTORIETATE

Marci opuse

Drepturile de autor pentru opera



Marca EUIPO 000177329
GUNS N' ROSES

Marca EUIPO 000348805
GUNS N' ROSES

Marca solicitata la inregistrare

M 2023 05861



cls.9,16,25; cls.14,18,20,21,26 cls.43➡

Articole de lege invocate:

art.6 alin.(1) lit.b); art.6 alin.(2) lit.a); art.6 alin.(3) lit.a) și e) din Legea nr. 84/1998, republicată

Din punct de vedere:		
vizual:	Fiind vorba de o marcă verbală versus una figurativă, cele două mărci opuse nu pot fi comparate.	Fiind vorba de o marcă verbală versus una figurativă, cele două mărci opuse nu pot fi comparate.
fonetic:	Atât marca solicitată, cât și cea opusă au 4 silabe, singura diferență fiind prima literă B vs G , deci sunt cvasi-identice.	Atât marca solicitată, cât și cea opusă au 4 silabe, singura diferență fiind prima literă B vs G , deci sunt cvasi-identice.
conceptual:	Cele două mărci sunt similare.	Cele două mărci sunt similare.

Exemplu practic 05

RENUME - NOTORIETATE

Marci opuse



Marca solicitata la inregistrare



cls.29,30,31

cls.30,35,43

Articole de lege invocate:

art.6 alin.(1) lit.b); art.6 alin.(2) lit.a); art.6 alin.(3) lit.a) din Legea nr. 84/1998, republicată

Exemplu practic 06

DISTINCTIVITATE DOBANDITA PRIN UTILIZARE

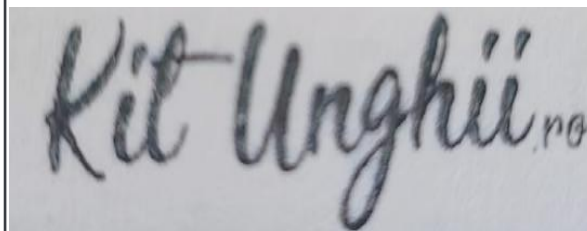
Marca solicitata la inregistrare



cls.1-42



cls.35,41



cls.35,41



cls.10,35

BUZUNAR
CU PUI

STYLE UP

cls.30,35

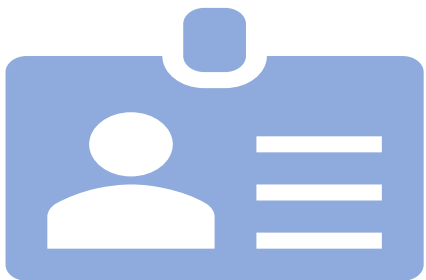


cls.25,40

Articole de lege invocate:

art.5 din Legea nr. 84/1998, republicată

MULȚUMESC PENTRU ATENȚIE!



Mitrița Hahue
Șef Serviciu Mărci și Indicații Geografice
Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci (OSIM)
E-mail: mitrita.hahue@osim.gov.ro