Cod ECLI ECLI:RO:CABUC:2022:030.000219

**DOSAR NR. 32925/3/2020**

**ROMÂNIA**

**CURTEA DE APEL BUCUREŞTI – SECŢIA A IV-A CIVILĂ**

**DECIZIA CIVILĂ NR. 219A**

Ședința publică din data de 16.02.2022

Curtea constituită din:

PREȘEDINTE: XXX

JUDECĂTOR: YYY

GREFIER: ZZZ

Pe rol se află judecarea apelului declarat de către apelantul-pârât Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci împotriva sentinţei civile nr. 801/21.05.2021, pronunţată de Tribunalul Bucureşti – Secţia a V-a Civilă în dosarul nr. 32925/3/2020, în contradictoriu cu intimata-reclamantă Aldis SRL, în cauza având ca obiect marcă.

La apelul nominal făcut în şedinţă publică au răspuns apelantul-pârât, reprezentat de consilier juridic, şi intimata-reclamantă, reprezentată de avocat S. C. A., care a depus la dosarul cauzei împuternicirea avocaţială seria B nr. 3947080.

Procedura de citare este legal îndeplinită.

S-a făcut referatul cauzei de către grefierul de şedinţă, după care:

Apărătorul intimatei-reclamante procedează la semnarea exemplarului întâmpinării aflat la dosarul cauzei.

Curtea acordă cuvântul asupra probelor.

Părțile, prin reprezentanți convenționali, nu solicită administrarea de probe noi în apel.

Curtea ia act că părțile nu solicită administrarea de probe noi în apel, în baza art. 392 Cod proc.civ. declară cercetarea judecătorească încheiată şi acordă cuvântul pentru dezbaterea apelului.

Apelantul-pârât, prin consilier juridic, a solicitat admiterea apelului, schimbarea în tot a sentinței apelate, cu consecința respingerii acțiunii ca neîntemeiată. A precizat că au fost respectate dispozițiile privind derularea procedurilor în cadrul OSIM.

Intimata-reclamantă, prin avocat, a precizat că regula in materia examinării mărcii este că marca este analizată în ansamblul ei.

În mod excepțional, legea permite OSIM să se raporteze doar cu privire la anumite particule din componenta mărcii. O astfel de excepție este cea de la declarația de neexclusivitate. Premisa textului este că elementul cu privire la care se solicită declarația este neesențial. Particula Salam Elvețian este esențială în ansamblul mărcii, deci nu este îndeplinită premisa art. 23 din Legea nr. 84/1998 și nu se putea solicita o declarație de neexclusivitate.

Particula este esențială. Particula care este poziționată central în ansamblul mărcii și cu caractere mari în ansamblul mărcii. Pârâta recunoaște în cuprinsul cererii de apel că în cadrul reprezentării de ansamblu al mărcii particula Salam elvețian ocupă o poziție importantă.

Soluția primei instanțe nu a fost de admitere a cererii de înregistrare a mărcii, ci de continuare a procedurii de înregistrare.

Elementul este esențial prin prisma mărcilor pe care A. le avea deja înregistrate. Dacă se elimină artificial sintagma Salam elvețian din marca depusă la înregistrare, Aldis ar obține o protecție mai mică decât cea pe care o avea deja.

Particula Salam elvețian este distinctivă. În jurisprudența CJUE se propune un text special pentru a determina dacă o marcă formată dintr-un termen geografic este sau nu distrinctivă, respectiv în ce măsură consumatorul face o asociere între locul geografic și produsul sau serviciul pentru care se cere înregistrarea.

A mai depus la dosarul cauzei dovezi privind comercializarea produsului.

A solicitat acordarea cheltuielilor de judecată constând în onorariu de avocat.

Curtea reţine apelul în vederea soluţionării.

**CURTEA,**

Deliberând asupra cauzei civile de faţă, constată următoarele:

Prin ***cererea*** înregistrată la data de 07.12.2020 pe rolul Tribunalului București-Secția a V-a Civilă sub nr.32925/3/2020, contestatoarea A. SRL, în contradictoriu cu pârâta Oficiul de Stat pentru Invenţii şi Mărci, a solicitat instanței ca prin hotărârea ce o va pronunţa să dispună admiterea Contestației așa cum a fost formulată și în consecință să desființeze Hotărârea nr. 249 din 14.10.2019 a Comisiei de Contestații Mărci din Cadrul Oficiului pentru Stat pentru Invenții și Mărci și pe cale de consecință să admită înregistrarea mărcii combinate „C. Salam Elvețian Produs Uscat Afumat” cu nr. de depozit M 2018 05433 cât și acordarea cheltuielilor de judecată ocazionate de prezentul litigiu.

Pârâtul Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci a formulat ***întâmpinare***, prin care a solicitat respingerea acţiunii reclamantei, ca neîntemeiată.

Prin ***sentința civilă nr.*** ***801/21.05.2021, Tribunalul București – Secția a V-a civilă*** a admis contestația formulată de către contestatoarea A. SRL în contradictoriu cu intimatul Oficiul de Stat pentru Invenţii și Mărci, a desființat Hotărârea nr. 249 a Comisiei de Contestații Mărci și a dispus continuarea procedurii de înregistrare a mărcii M 2018 05433.

Pentru a hotărî astfel, Tribunalul a reţinut că, în speță, contestatoarea a solicitat OSIM, înregistrarea mărcii pentru produsele din clasa 29 din Clasificarea de la Nisa, respectiv pentru carne, pește, păsări, vânat și extracte din carene, iar intimata, OSIM, a refuzat înregistrarea mărcii combinate „C. Salam Elvețian Produs Uscat Afumat”, pe considerentul conform căruia elementele verbale „Salam Elvețian” din compunerea denumirii mărcii au caracter descriptiv și astfel, cu privire la acestea a solicitat contestatoarei să înainteze o declarație de neexclusivitate, refuzată de către aceasta.

Tribunalul a constatat că este necesar pentru a evalua posibilitatea înregistrării unei mențiuni geografice ca asupra mărcii să se efectueze o analiza în două etape, respectiv, în prima etapă, să se verifice dacă termenul este înțeles de publicul relevant ca un nume geografic, iar în a doua etapă a verificării trebuie să se verifice dacă „(i) termenul desemnează un loc asociat produselor și serviciilor sau (ii) se poate presupune în mod rezonabil că acesta desemnează originea geografică a produselor și serviciilor.”

De aceea, Tribunalul analizând prima cerință, a constatat faptul conform căruia consumatorul mediu, raportat la clasa produselor, cunoaște și înțelege atât primul element al denumirii: „salam” cât și cel de-al doilea element al acestei denumiri: „elvețian”. Primul element putând fi înțeles, în percepția acestuia ca: „SALÁM, (2) *salamuri,* s. n. 1. Produs alimentar cu durată mare de conservare, asemănător cârnatului, preparat din carne tocată și condimentată de vită sau de porc, de obicei afumată și uscată”, iar cel de-al doilea element, obiect al declarației solicitate de OSIM,  „elvețian -  Care aparține Elveției sau elvețienilor (1), privitor la Elveția ori la elvețieni; elvetic. [Pr.: *-ți-an*] – Elveția (n. pr.) + suf. *- ean.”*

În verificarea celei de-a doua dintre cerințe, Tribunalul a constatat că regiunea geografică cuprinsă în denumirea mărcii a cărei înregistrare se solicită nu este asociată, în percepția consumatorului mediu, cu produse similare celor din Clasa 29 din Clasificarea de la Nisa, a căror înregistrare se solicită, nici prin prisma condițiilor naturale din Elveția, nici prin prisma industriilor sale tipice sau tradiționale de renume.

În lipsa îndeplinirii acestor condiții, Tribunalul a apreciat că elementul verbal „elvețian” nu este descriptiv prin raportare la produsele din Clasa 29 din Clasificarea de la Nisa și, astfel, elementele verbale reținute prin sintagma „salam elvețian” nu îndeplinesc caracteristicile unei sintagme descriptive, iar declarația de neexclusivitate solicitată de către OSIM în vederea înregistrării mărcii solicitate nu este necesară în cauză.

Tribunalul a reținut faptul că, în prezenta cauză, contestatoarea a prezentat ca probe în dovedirea utilizării îndelungate: liste de prețuri, facturi și cifre de afaceri, toate acestea cuprind mențiuni cu privire la produsele a căror înregistrare se solicită sub marca.

Astfel, începând cu anul 2011 și în continuare până la anul 2019, contestatoarea a depus documente conform cărora aceasta a avut vânzări de 758.082,85 kg de „Salam Elvețian”, în valoare totală 15.859.471,11 lei (filele 45-46). Totodată, contestatoarea a prezentat și un premiu oferit pentru comercializarea produselor din categoria în care se încadrează și produsul a cărui înregistrare se solicită sub marcă. (fila 46).

În concluzionarea celor sus-menționate, Tribunalul a reținut că prezenta marcă este cunoscută de către consumatorul mediu și, astfel, prin utilizarea îndelungată a căpătat distinctivitate în raport cu cele solicitate spre înregistrare sub marcă.

Împotriva sentinţei tribunalului a declarat ***apel*** pârâtul Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci, cauza fiind înregistrată pe rolul Curţii de Apel Bucureşti - Secţia a IV-a Civilă la data de 19.08.2021 sub nr.32925/3/2020.

În motivarea apelului a susţinut căîn raport cu produsele din clasa 29 pentru care este solicitată la înregistrare, denumirea Salam Elveţian cuprinsă în marca „C. Salam Elveţian Produs Uscat Afumat”, nr. de depozit M 2018 05433, este percepută de consumatori ca o indicaţie descriptivă a produsului „salam”. În acest context, dat fiind faptul că în cadrul reprezentării de ansamblu a mărcii, indicaţia „Salam Elveţian” ocupă o poziţie importantă, pentru a nu se crea dubii privind întinderea protecţiei mărcii, a fost solicitată declaraţia prevăzută la art. 23 alin. 1 din lege.

Apelanta a susţinut că denumirea „Salam Elveţian”, din componenţa mărcii în cauză, în raport cu lista de produse din clasa 29, este o denumire uzuală şi descriptivă fiind alcătuită din denumirea unui produs, (salam), şi o indicaţie generică de calitate sau de provenienţă a produsului respectiv (elveţian). OSIM a învederat că denumirea reprezintă o expresie generică, uzuală, care nu beneficiază sub nicio formă de distinctivitate intrinsecă, neavând nici un element care să ajute consumatorul în percepţia sa să atribuie produsului respectiv provenienţa de la un anumit producător.

OSIM a consideră că în mod greşit instanţa de fond a apreciat că elementul verbal „elveţian” nu ar fi descriptiv, dat fiind faptul că regiunea geografică cuprinsă în denumirea mărcii a cărei înregistrare se solicită nu este asociată, în percepţia consumatorului mediu, cu produse similare celor din casa 29 din Clasificarea de la Nisa a căror înregistrare se solicită, nici prin prisma condiţiilor naturale din Elveţia, nici prin prisma industriilor sale tipice sau tradiţionale de renume.

Faţă de acest argument reţinut de instanţă, a susţinut că elementul verbal „elveţian”, care nu poate fi analizat separat de termenul „salam”, nu indică pentru consumatorul mediu în mod exclusiv o regiune geografică, deoarece semnificaţia termenului elveţian nu se rezumă la teritoriul Elveţiei. Indiferent dacă salamul elveţian ar fi fost recunoscut sau nu ca produs tradiţional sau de renume la nivel modial, caracterul descriptiv al expresiei „salam elveţian” nu poate fi apreciat pe baza acestui element, deoarece gradul de cunoaştere sau de renume al unor produse sau tehnici de obţinere a acestora, specifice unei anumite zone geografice, nu consituie un criteriu în stabilirea caracterului descriptiv al unor termeni.

În al doilea rând, a criticat sentinţa de fond sub aspectul aprecierii asupra dispoziţiilor art. 5 alin. 2 din lege. A precizat astfel că motivul care a stat la baza respingerii la înregistrare a mărcii nu este acela că marca în ansamblul său ar fi lipsită de distinctivitate, ci lipsa declaraţiei prevăzută la art. 23 alin. 1 din lege, apreciind că într-o asemenea situaţie, dispoziţiile art. 5 alin. 2 din lege nu ar putea fi aplicabile.

De asemenea, a precizat că în privinţa dovezilor necesare pentru a stabili existenţa distinctivităţii dobândite prin utilizare a unei sintagme descriptive, utilizarea îndelungată nu este singurul criteriu de luat în considerare, după cum eronat a apreciat instanţa de fond, cu atât mai mult cu cât în cazul de faţă este vorba despre produse de larg consum.

OSIM a apreciat că în speţă, nu au fost prezentate nici un fel de dovezi din care să reiasă care este în mod real percepţia consumatorului asupra denumirii în discuţie, dovezile privind vânzările efectuate de solicitantul mărcii nu demonstrează decât că a vândut produse, însă nu arată şi că denumirea produsului este percepută de consumatori ca pe indicaţie distinctivă.

Prin urmare, a apreciat că în mod greşit Tribunalul a concluzionat că marca este cunoscută de consumatorul mediu şi, astfel, prin utilizarea îndeplungată a căpătat distinctivitate în raport cu cele solicitate spre înregistrare sub marcă, deoarece a apreciat că problema în speţă nu este legată de distinctivitatea mărcii, ci de întinderea protecţiei acestei mărci, în contextul în care sintagma „salam elveţian” este o expresie lipsită de distinctivitate, cu privire la care nu pot fi acordate drepturi exclusive unui singur comerciant.

A mai criticat hotărârea primei instanțe şi sub aspectul obligării OSIM la plata cheltuielilor de judecată, deoarece OSIM a acţionat în limitele competenţelor legale şi, prin urmare, nu ar putea fi reţinută vreo culpă în soluţionarea contestaţiei formulate de Aldis SRL, aceasta fiind o obligaţie legală a Comisiei de contestaţii mărci, izvorâtă din prevederile Legii nr. 84/1998 în vigoare la data pronunţării hotărârii.

A invocat faptul că a soluţionat contestaţia cu respectarea tuturor dispoziţiilor legale care reglementează derularea procedurii, iar aprecierea asupra motivelor de fond s-a făcut potrivit dispoziţiilor legale incidente, apărărilor formulate de contestatoare şi pe baza convingerilor membrilor Comisiei, hotărârea fiind motivată atât în fapt, cât şi în drept.

În drept, au fost invocate prevederile Legii nr. 84/1998, şi ale Codului de procedură civilă.

Intimata-reclamantă a formulat ***întâmpinare***, solicitând respingerea apelului ca nefondat.

În motivare, a precizat că OSIM a confirmat prin apelul formulat că sintagma „salam elveţian” este un element esenţial al mărcii.

Cât priveşte caracterul esenţial al elementului cu privire la care se solicită declaraţia, a arătat că în acţiunea introductivă de instanţă că A. era deja titulara unei mărci naţionale „C.” încă din anul 2007, o marcă verbală înregistrată pentru produse şi servicii din clasele 29 şi 35 din Clasificarea de la Nisa. Pe cale de consecinţă, a susţinut că interesul practic pentru Aldis în înregistrarea la OSIM a mărcii „C. Salam Elveţian Produs Uscat Afumat” nu deriva din protecţia conferită de elementele figurative ale mărcii sau de elementul „C.” - protecţie mai redusă decât cea conferită de marca anterioară verbală „C.”.

În al doilea rând, a susţinut că sintagma „Salam Elveţian” trebuie considerată esenţială şi prin prisma impactului vizual major pe care îl are în percepţia de ansamblu a mărcii, atât prin poziţionarea sa centrală, cât şi prin dimensiunea caracterelor folosite.

Așa fiind a susţinut că sintagma „salam elveţian” nu este un element neesenţial al mărcii „C.Salam Elveţian Produs Uscat Afumat"; independent de orice considerente referitoare la distinctivitatea intrinsecă sau dobândită a sintagmei, prima dintre condiţiile art. 23 alin. 1 din Legea nr. 84/1998 nu este îndeplinită, prin urmare, nu se putea solicita de la intimat să emită o declaraţie de neexclusivitate.

Intimatul a precizat că OSIM a aplicat un test greşit al distinctivităţii intrinseci pentru sintagma în litigiu, apreciind că doar denumirea comercială a solicitantului ar fi în măsură să îl identifice pe acesta în mod automat şi, astfel, să treacă baremul indicat de OSIM în cererea de apel.

În al doilea rând, a invocat faptul că în niciun moment în cadrul cererii de apel, OSIM nu a raportat cerinţa caracterului distinctiv al sintagmei analizate la produsele pentru care a fost solicitată efectiv înregistrarea, respectiv carne, peşte, păsări şi vânat şi extracte de carne din clasa 29 din Clasificarea de la Nisa. Dimpotrivă, raportarea din partea OSIM s-a făcut de fiecare dată doarla produsul „salam”.

A. a precizat că distinctivitatea unei mărci este o cerinţă de validitate a acesteia şi, aşa fiind, condiţia se verifică la chiar momentul înregistrării mărcii, raportând caracteristicile (intrinseci sau dobândite) ale semnului propus spre înregistrare la sfera de produse şi servicii în legătură cu care s-a cerut înregistrarea. Ulterior, utilizarea semnului pentru doar o parte sau unul singur dintre acele produse şi servicii este o chestiune care poate avea relevanţă pe tărâmul decăderii din drepturile conferite de marcă, dar nu în ceea ce priveşte validitatea acesteia.

În al treilea rând, intimatul a susţinut că prin apelul formulat OSIM ignoră jurisprudenţa de la nivelul Uniunii Europene, invocând în acest sens că în Ghidul EUIPO pe baza unei jurisprudenţe bogate a Curţii de Justiţie a Uniunii Europene s-a statuat că trebuie să se verifice în ce măsură „(a) termenul (n.n. - geografic din componenţa mărcii) desemnează un loc asociat produselor şi serviciilor sau (b) se poate presupune în mod rezonabil că acesta desemnează originea geografică a produselor şi serviciilor". De aceea, şi potrivit jurisprudenţei Tribunalului Uniunii Europene, nu pot fi înregistrate ca mărci denumirile care desemnează locaţii geografice specifice care sunt deja renumite sau recunoscute pentru categoria de produse sau servicii în cauză şi care, prin urmare, sunt deja asociate categoriei respective în mintea clasei relevante de persoane.

Totodată, pârâtul a susţinut că în analiza art. 23 din Legea nr. 84/1998, prima instanţă a procedat corect, verificând în ce măsură sintagma „Salam Elveţian” a dobândit distinctivitate prin utilizare. Astfel, a precizat că textul nu face nicio distincţie după cum acelui element îi lipseşte distinctivitatea intrinsecă sau distinctivitatea dobândită, astfel încât nici instanţa, chemată să interpreteze textul, nu avea de ce să facă o asemenea diferenţă.

Dimpotrivă, în contextul în care raţiunea art. 23 din Legea nr. 84/1998 este să prevină „îndoieli asupra întinderii protecţiei mărcii"*,* nu contează tipul de distinctivitate asociată elementului cu privire la care se cere declaraţia de neexclusivitate. Mai exact, indiferent dacă acel element beneficiază de distinctivitate intrinsecă sau dobândită, acesta va permite, în ambele cazuri, „a distinge produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi" şi, astfel, va curma orice „îndoieli asupra întinderii protecţiei mărcii" în sensul art. 23 din Legea nr. 84/1998.

În primul rând, contrar a ceea ce pare să susţină OSIM, intimatul a susţinut că nu există niciun stigmat asociat dovezilor privind comercializarea unor produse în procesul de evaluare a distinctivăţii dobândite de marca aplicată pe acele produse.

Astfel, a precizat că pe de o parte, printre exemplele de dovezi prezentate de Ghidul EUIPO pentru demonstrarea caracterului distinctiv dobândit, se numără şi „broşuri de vânzări, cataloage, liste de preţuri, facturi, rapoarte anuale, cifre de afaceri, iar pe de altă parte, potrivit art. 19 alin. 5 şi 6 din Regulamentul de punere în aplicare a Legii nr. 84/1998, notorietatea unei mărci poate fi dovedită prin orice mijloc de probă, iar alin. 6 în susţinerea notorietăţii unei mărci pe teritoriul României pot fi prezentate acte cum ar fi cele privind: a) comercializarea sau punerea în vânzare a produselor ori prestarea de servicii sub marca notoriu cunoscută; b) importul sau exportul produselor pe care marca notorie este aplicată Prin urmare, chiar şi când este vorba despre notorietatea unei mărci - unde standardul de utilizare este mult mai ridicat decât în cazul distinctivităţii dobândite -, (i) se poate folosi orice mijloc de probă, iar (ii) dovezile referitoare ia comercializarea sau la punerea în vânzare a produselor constituie prin excelenţă mijloace de probă de avut în vedere.

În al doilea rând, a invocat faptul că prin comercializarea îndelungată şi la scară largă a unui produs se demonstrează atât (i) faptul că publicul ţintă a fost expus mult timp şi de multe ori la marca aplicată pe produs, cât şi (ii) faptul că acei consumatori preferă produsul respectiv în dauna produselor similare oferite de alţi comercianţi.

În al treilea rând, a susţinut că efectuează în continuare operaţiuni de comercializare şi de promovare a produsului „Salam Elveţian”, după cum o arată corespondenţa comercială cu reţelele de hipermarket A. şi P.

În faţa primei instanţe, reclamanta a furnizat şi dovada primirii premiului Consumer Choice Award, acordat A. tocmai pentru produse crud-uscate, categorie din care face parte şi produsul „Salam Elveţian”*.*

În drept, a fost invocat art. 4711alin. 3 Cod proc.civ.

**Analizând actele dosarului, Curtea constată nefondat apelul.**

Sentința apelată este legală și temeinică, fiind judicios motivată, considerentele reliefate de prima instanță fiind apte a demonstra netemeinicia criticilor formulate în apel și care tind la a relua apărările formulate în fața primei instanțe (art. 476 alin.2 C.pr.civ.).

Analiza distinctivității unei mărci nu se poate face într-o manieră parcelară, prin scoaterea din context a elementelor sale componente, ci trebuie să aibă în vedere marca, în ansamblul său.

În cauză, marca figurativă C. Salam Elvețian – produs uscat afumat are ca elemente verbale dominante C. și Salam Elvețian, sintagma C., înregistrată ca marcă verbală de către intimata-contestatoare, fiind deja folosită pentru produse și servicii din clasa 29 din clasificarea NISA încă din anul 2007; impresia de ansamblu conferită de marcă este una originală, distinctivă din punct de vedere vizual, fonetic și conceptual, iar această concluzie nu presupunea aplicarea dispozițiilor art. 23 din Legea nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice (în forma aplicabilă speței) cu privire la declarațiile neexclusive.

Pe de-o parte, în mod corect a învederat intimata că aceasta nu are caracter neesențial, fiind un element dominant al mărcii, iar pe de altă parte, astfel cum rezultă și din ghidul EUIPO, corect redat și aplicat de prima instanță, nu există o asociere intrinsecă a calităților produselor de tip salamuri (mezeluri) și teritoriul Elveției (spre deosebire de brânzeturi sau ceasuri), neputându-se astfel considera că pentru consumatori sintagma salam elvețian ar indica originea produsului, fiind astfel deceptivă.

În cauză, sintagma salam elvețian este una mai degrabă fantezistă, asociind generic, ideatic produsul cu calitățile asociate în imaginarul colectiv Elveției (în esență calitatea), dar o atare tipologie de evocare mentală, specifică foarte multor categorii de mărci, nu poate fi considerată a avea valoarea unei indicații de proveniență geografică și nici nu poate fi privită ca deceptivă.

De altfel, că așa stau lucrurile inclusiv în practica OSIM rezultă din numeroasele dovezi de înregistrare depuse de intimată la dosarul cauzei în apel – spre exemplu, American motel pentru servicii de cazare temporară; F. A. B. pentru servicii financiare; P. Cr. C.; M. Snacks; Ar. steakhouse, C. Brasiliero; S. C. F.; G. S. etc. – în toate aceste cazuri neputându-se presupune că un consumator rezonabil le va percepe ca indicații de origine, chiar dacă în mintea sa se vor trezi, evocativ, imagini, percepții, senzații asociate reputației unor regiuni (bunăoară, Mexicul este cunoscut pentru mâncăruri picante, Anglia pentru instituții educaționale cu vechime îndelungată, Brazilia pentru cafea etc.).

Pentru motivele ce preced, nu pot fi primite criticile apelantului. Fără obiect este și critica referitoare la cheltuielile de judecată, întrucât deși considerentele cuprind o atare mențiune, ea nu se regăsește nici în dispozitivul nici în minuta sentinței. Or, data pronunțării sentinței este cea a pronunțării minutei, iar după pronunțarea hotărârii niciun judecător nu mai poate reveni asupra părerii sale, inserând mențiuni care nu au acoperire în dispozitiv (art. 403, art. 429 C.pr.civ.). Este prin urmare fără suport legal și deci fără efect considerentul contrar inserat la finalul sentinței apelate.

Va fi respinsă cererea intimatului având ca obiect plata cheltuielilor de judecată în apel, având în vedere că în această procedură OSIM nu apare ca titular al unor interese private, ci este emitentul hotărârii jurisdicționale contestate, neavând așadar culpă procesuală în sensul dispozițiilor art. 451 și urm. C.pr.civ. Ca atare, în această situație, OSIM nu poate fi obligat la cheltuieli de judecată.

**PENTRU ACESTE MOTIVE,**

**ÎN NUMELE LEGII,**

**DECIDE:**

Respinge apelul declarat de către apelantul-pârât **OFICIUL DE STAT PENTRU INVENțII ŞI MĂRCI**, *împotriva sentinţei civile nr. 801/21.05.2021, pronunţată de Tribunalul Bucureşti – Secţia a V-a Civilă în dosarul nr. 32925/3/2020*, în contradictoriu cu intimata-reclamantă **A. SRL**, ca nefondat.

Respinge cererea intimatei de acordare a cheltuielilor de judecată în apel.

Definitivă.

Pronunțată în ședință publică, azi, 16.02.2022.

PREŞEDINTE, JUDECĂTOR,

XXX YYY

GREFIER,

ZZZ

Red. LGZ/19.07.2022

Tehnored.CO/SL/LGZ

4 ex/

Tribunalul București - Secția a V-a Civilă – judecător Laurenţiu Modoran