



RĂSPUNDEREA PENALĂ PENTRU INFRAȚIUNEA DE CONCURENȚĂ NELOIALĂ (art. 246¹ C. pen. RM)

Vitalie STATI,

doctor în drept, conferențiar universitar (USM)

SUMMARY

In the framework of this study, the fulfillment methods of the offence provided by the art. 246¹ „Unfair Competition” from the Penal Code are examined: through all manner of possibilities, producing confusion with the enterprise, the products or the industrial or commercial activity of any of the competitors; the propagation, in the commerce process, of some false statements, in order to compromise the enterprise, its products or the entrepreneurial work of any of the competitors; the misleading of the consumer in everything about the feature, the manufacturing methods, the characteristics, the utilization capability or about the quantity of products of the competitor; the usage of the firm name or of the trade mark in such a manner in order to create confusion about those ones that are used perfectly legitimate by another economic agent; the comparison in advertising purposes of the manufactured or commercialized products of a enterprise with the products of other economic agents.

La 27.04.2007, Parlamentul Republicii Moldova a adoptat Legea Republicii Moldova pentru modificarea și completarea Codului penal al Republicii Moldova.¹ Conform art. 4 al acestei legi, Codul penal este completat cu art. 246¹ „Concurența neloială”, având următoarea dispoziție: „Orice act de concurență neloială, inclusiv:

a) crearea, prin orice mijloace, de confuzie cu întreprinderea, cu produsele sau cu activitatea industrială sau comercială a unui concurent;

b) răspândirea, în procesul comerțului, de afirmații false, care discreditează întreprinderea, produsele sau activitatea de întreprinzător a unui concurent;

c) inducerea în eroare a consumatorului referitor la natura, la modul de fabricare, la caracteristicile, la aptitudinea de întrebuințare sau la cantitatea mărfurilor concurentului;

d) folosirea denumirii de firmă sau a mărcii comerciale într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic;

e) compararea în scopuri publicitare a mărfurilor produse sau comercializate ale unui agent economic cu mărfurile unor alți agenți economici”.

Prin incriminarea faptei la concurență neloială s-a reacționat la doleanțele exprimate de mai mult timp în literatura de specialitate. Astfel, în legătură cu prevederile alin. (4) art. 3 al Legii Republicii Moldova privind mărcile și denumirile de origine a produselor, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 22.09.1995 (actualmente abrogate)², S. Brînză menționează:

„E salutar faptul că legiuitorul moldovean face trimiteri la prevederile Convenției de la Paris. Dar, spre regret, el nu elaborează un mecanism eficient de contracarare a actelor de concurență neloială. Or, a interzice ceva doar în mod declarativ, fără a determina care vor fi consecințele suportate de cel care violează interdicția, este *caput mortuum* (lipsit de sens)”.³

În anumite privințe, art. 246¹ C. pen. RM poate fi considerat succesorul art. 141² C. pen. RM din 1961, care stabilea răspunderea pentru producerea, importul, exportul, stocarea, oferirea spre vânzare sau vânzarea unor mărfuri purtând mențiuni false privind brevetele de invenție, originea și caracteristicile mărfurilor, precum și numele producătorului sau vânzătorului, cu scopul de a-i induce în eroare pe ceilalți vânzători sau beneficiari. Totuși, lipsa de fermitate nu i-a permis acestei norme din legea penală anterioară să se impună în apărarea concurenței loiale și, implicit, în realizarea unor deziderate constituționale de relevanță.

În primul rând, avem în vedere dispoziția de la lit. b) alin. (2) art. 126 „Economia” din Constituția Republicii Moldova, potrivit căreia statul trebuie să asigure libertatea comerțului și activității de întreprinzător, protecția concurenței loiale, crearea unui cadru favorabil valorificării tuturor factorilor de producție.

În context, prezintă interes opinia lui A.A. Ciugunov, conform căreia apărarea împotriva concurenței neloiale constituie unul din elementele apărării penale a libertății activității de întreprinzător.⁴ Suntem de altă părere: atât din conținutul lit. b) alin. (2) art. 126 al Constituției, cât și



din incriminarea distinctă în art. 246¹ C. pen. RM a faptei de concurență neloială, rezultă că apărarea împotriva concurenței neloiale nu poate fi considerată subsidiară apărării penale a libertății activității de întreprinzător. De aceea, mai potrivit pare a fi punctul de vedere exprimat de E.A. Jalnina: „Protejarea întreprinzătorilor împotriva concurenței neloiale ... reprezintă un domeniu aparte al reglementării juridice”.⁵

În al doilea rând, să nu uităm că alin. (2) art. 33 „Libertatea creației” din Constituție proclamă că dreptul cetățenilor la proprietatea intelectuală, interesele lor materiale și morale ce apar în legătură cu diverse genuri de creație intelectuală sunt apărute de lege.

Într-adevăr, în conformitate cu unele acte juridice internaționale la care Republica Moldova este parte,⁶ drepturile referitoare la protecția împotriva concurenței neloiale fac parte din componența dreptului la proprietatea intelectuală. Sub acest aspect, are dreptate R.S. Șmonin când consemnează: „Asigurarea intereselor naționale în sfera proprietății intelectuale presupune elaborarea și realizarea complexului de măsuri în vederea contracarării diverselor forme de concurență neloială... Numai realizarea întregului spectru al acestor măsuri poate să asigure exercitarea eficientă – de către producătorii autohtoni ai produselor performante sub aspect științific – a drepturilor lor de proprietate intelectuală, precum și să faciliteze tranziția spre economia inovațională”.⁷

După ce am argumentat oportunitatea incriminării faptei de concurență neloială, să trecem la analiza propriu-zisă a elementelor constitutive ale infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM:

Debutând în analiza noastră cu examinarea **obiectului** infracțiunii, vom menționa că obiectul juridic generic al infracțiunii de concurență neloială îl constituie relațiile sociale cu privire la economia națională. Legiuitorul a fost consecvent atunci când a inclus art. 246¹ în Capitolul X „Infracțiuni economice” din Partea Specială a Codului penal. Aceasta deoarece, potrivit alin. (1) art. 126 „Economia” al Constituției, economia Republicii Moldova este economie de piață, de orientare socială, bazată pe proprietatea privată și pe proprietatea publică, antrenate în concurența loială. În plus, conform alin. (3) art. 9 al Constituției, piața, libera inițiativă economică, concurența loială sunt factori de bază ai economiei.

Privitor la obiectul juridic special al infracțiunii de concurență neloială, în doctrina penală au fost exprimate viziuni diferite.

De exemplu, O. Loghin și T. Toader afirmă că obiectul juridic special al faptei infracționale analizate îl formează „relațiile sociale referitoare la regimul stabilit pentru asigurarea probității în ceea ce privește indicarea originii, provenienței și calității produselor fabricate sau puse în circulație, precum și în ceea ce

privește folosirea numelor comerciale ori a denumirii organizațiilor de comerț sau industriale, în așa fel încât atragerea sau menținerea clientelei să se realizeze numai prin mijloacele loiale”.⁸ Ulterior, același punct de vedere îl reiterează T. Toader.⁹

După V. Dobrinou și N. Conea, împotriva infracțiunii de concurență neloială sunt apărute în special „relațiile sociale care ocrotesc dreptul comercianților la concurența loială, dreptul titularilor titlurilor de protecție pentru mărcile de fabrică, comerț și servicii, pentru embleme, firme, denumiri sau alte desemnări comerciale, pentru invenții și realizări tehnice, pentru desene și modele industriale aplicate produselor, încrederea publicului în autenticitatea mărfurilor și produselor desfășurate pe piață”.¹⁰

La rândul său, V. Lazăr este de părere că obiectul juridic special al infracțiunii de concurență neloială îl formează „relațiile sociale referitoare la desfășurarea cinstită a raporturilor economice și la apărarea intereselor producătorilor și consumatorilor împotriva faptelor de concurență neloială”.¹¹ Același opinie o împărtășesc Gh. Nistoreanu și A. Boroi.¹²

Analizând toate aceste puncte de vedere, exprimate în teoria dreptului penal român, ajungem la concluzia că ele nu se pot preta concepției obiectului juridic special al infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM. Cauza acestei reticente o reprezintă formatul diferit al infracțiunii prevăzute de art. 246¹ C. pen. RM și art. 301 „Concurența neloială” din Codul penal român.¹³

De aceea, ar fi corect să afirmăm că infracțiunea de concurență neloială (art. 246¹ C. pen. RM) are, ca obiect juridic special, relațiile sociale cu privire la concurența loială. Or – interpretând sistemic prevederile art. 246¹ C. pen. RM, alin. (3) art. 9 și alin. (1) art. 126 ale Constituției, precum și normele Legii Republicii Moldova cu privire la protecția concurenței, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 30.06.2000¹⁴ – ajungem la concluzia că tocmai concurența loială este cea valoare socială specifică (derivată din economia națională, ca valoare socială fundamentală), care este susceptibilă de ocrotirea legii penale.

În literatura de specialitate au fost exprimate diferite viziuni asupra înțelesului noțiunii de concurență: „lupta pentru dobândirea și menținerea clientelei”¹⁵; „rivalitatea dintre agenții economici în căutarea și păstrarea clientelei”¹⁶; „lupta, adesea acerbă, între agenții economici, care exercită aceeași activitate sau o activitate similară, pentru dobândirea, menținerea sau extinderea clientelei”¹⁷; „situația de pe o piață, în care firme sau vânzători se luptă în mod independent pentru a câștiga clientela cumpărătorilor, în scopul de a atinge un obiectiv economic (de exemplu, profituri, vânzări și/sau împărțirea pieței)”¹⁸; „lupta dusă, atât pe plan național, cât și internațional, între firme de producție, comerciale, bancare etc., în scopul realizării



unor profituri cât mai mari, ca urmare a acaparării unor segmente tot mai largi de piață și, în consecință, a sporirii volumului de afaceri¹⁹; „competiție dusă cu mijloace economice de către participanții de pe piață, participanți care converg spre același scop – cel de extragere a profitului²⁰; „confruntare dintre subiecții economici care au o tendință comună de desfășurare a activității, constând în obținerea beneficiilor”.²¹

Conform art. 2 al Legii cu privire la protecția concurenței, concurența este întrecerea în care acțiunile independente ale agenților economici limitează efectiv posibilitatea fiecăruia dintre ei de a exercita influența unilaterală asupra condițiilor generale de circulație a mărfii pe piața respectivă.

Nu ar fi suficient să afirmăm că relațiile sociale cu privire la concurență formează obiectul juridic special al infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM. Aceasta întrucât în sfera concurenței este săvârșită nu doar această infracțiune, dar și infracțiunea de limitare a concurenței libere (art. 246 C. pen. RM). Suficient și necesar este să afirmăm că relațiile sociale cu privire la concurența loială constituie obiectul juridic special al infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM. Interpretând antipodic noțiunea „concurența neloială”, definită în art. 2 al Legii cu privire la protecția concurenței, putem menționa că prin „concurență loială” înțelegem acțiunile agentului economic de a obține avantaje întemeiate în activitatea de întreprinzător, ceea ce nu contravine legislației cu privire la protecția concurenței, nu aduce sau nu poate aduce prejudicii altor agenți economici, sau nu poate prejudicia reputația lor în afaceri.

În alt context, trebuie de relevat că infracțiunea de concurență neloială are obiect material (obiect imaterial):

– produsele unui concurent, cu care făptuitorul creează confuzie, prin orice mijloace (în cazul modalității prevăzute la lit. a) art. 246¹ C. pen. RM);

– produsele unui concurent, care sunt discreditate prin răspândirea de către făptuitor, în procesul comerțului, de afirmații false (în cazul modalității prevăzute la lit. b) art. 246¹ C. pen. RM);

– mărfurile concurentului, referitor la a căror natură, mod de fabricare, caracteristici, aptitudinea de întrebuințare sau cantitate este indus în eroare consumatorul (în cazul modalității prevăzute la lit. c) art. 246¹ C. pen. RM);

– denumirea de firmă sau marca comercială, folosită de făptuitor într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic (în cazul modalității prevăzute la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM);

– mărfurile produse sau comercializate ale unui agent economic, comparate în scopuri publicitare cu mărfurile unor alți agenți economici (în cazul modalității prevăzute la lit. e) art. 246¹ C. pen. RM).

Cât privește victima infracțiunii de concurență neloială, considerăm că, în toate cazurile, atât agentul economic concurent (cu care făptuitorul se află în rivalitate), cât și consumatorul, suferă de pe urma comiterii infracțiunii analizate.

Dacă ne referim la agentul economic concurent, acesta trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

1) să fie agent economic;

2) să fie în același raport juridic de concurență față de făptuitor;

3) să nu fie subiectul raportului juridic penal de conflict.

Astfel, vizavi de prima condiție, conform art. 2 al Legii cu privire la protecția concurenței, agenți economici sunt persoanele fizice și juridice, inclusiv străine, care desfășoară activitate de întreprinzător. În acord cu art. 1 al Legii Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 3.01.1992²², activitatea de întreprinzător este activitatea de fabricare a producției, executare a lucrărilor și prestare a serviciilor, desfășurată de cetățeni și de asociațiile acestora în mod independent, din proprie inițiativă, în numele lor, pe riscul propriu și sub răspunderea lor patrimonială cu scopul de a-și asigura o sursă permanentă de venituri.

Celelalte două condiții, care îl caracterizează pe agentul economic concurent, sunt interdependente: agentul economic concurent, ca victimă a infracțiunii, este subiectul de bună credință în raportul juridic de concurență; în același raport juridic, făptuitorul apare ca subiect de rea credință. În același timp, făptuitorul este acel destinatar al legii penale care joacă rolul de subiect în raport juridic penal de conflict, raport care s-a născut și se desfășoară în legătură cu săvârșirea infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM. În contrast, deoarece este un concurent loial, agentul economic concurent (ca victimă a infracțiunii) are un alt rol – cel de subiect în raportul juridic penal de conformare, destinat al legii penale care își adaptează conduita corespunzătoare exigențelor stabilite în art. 246¹ C. pen. RM.

Mai sus am menționat că nu doar agentul economic concurent, dar și consumatorul poate fi victima infracțiunii de concurență neloială. Potrivit art. 1 al Legii Republicii Moldova privind protecția consumatorilor, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 13.03.2003²³, prin „consumator” se înțelege orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure, ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesitățile nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională.

Din această definiție legislativă putem desprinde următoarele caracteristici ale consumatorului:

1) o persoană juridică nu poate evolua în calitate de consumator;



2) interesele consumatorului pot fi exercitate, deci și apărate, deja din momentul apariției intenției de a consuma, chiar dacă această intenție încă nu și-a găsit realizarea;

3) întreprinzătorul (chiar cu statut de persoană fizică) nu poate să apară în calitate de consumator. Așa cum nu poate să apară în această calitate nici cel care își satisface necesitățile legate de activitatea profesională.²⁴

În altă ordine de idei, **latura obiectivă** a infracțiunii de concurență neloială include fapta prejudiciabilă exprimată în acțiune. Această acțiune cunoaște următoarele cinci modalități alternative:

1) crearea, prin orice mijloace, de confuzie cu întreprinderea, cu produsele sau cu activitatea industrială sau comercială a unui concurent;

2) răspândirea, în procesul comerțului, de afirmații false, care discreditează întreprinderea, produsele sau activitatea de întreprinzător a unui concurent;

3) inducerea în eroare a consumatorului referitor la natura, la modul de fabricare, la caracteristicile, la aptitudinea de întreprinzător sau la cantitatea mărfurilor concurentului;

4) folosirea denumirii de firmă sau a mărcii comerciale într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic;

4) compararea în scopuri publicitare a mărfurilor produse sau comercializate ale unui agent economic cu mărfurile unor alți agenți economici.

Printre cele mai multe dintre aceste modalități, drept prototipuri au servit modalitățile actelor de concurență neloială, nominalizate la alin. (1) art. 8 al Legii cu privire la protecția concurenței.²⁵ Deoarece nu reprezintă variante de tip ale infracțiunii, cele cinci modalități de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială nu pot constitui un concurs de infracțiuni.

În alți termeni, este posibil ca intenția unică a făptuitorului să cuprindă săvârșirea infracțiunii de concurență neloială, presupunând câteva modalități de săvârșire, în oricare combinație.

În continuare, ne vom referi la prima din modalitățile alternative de săvârșire a infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM: *crearea, prin orice mijloace, de confuzie cu întreprinderea, cu produsele sau cu activitatea industrială sau comercială a unui concurent*.

În acest plan, prezintă relevanță opinia lui D.I. Serioghin, care, atunci când caracterizează unul din tipurile actului de concurență neloială, menționează despre acțiunile legate de folosirea ilegală a mijloacelor de individualizare a produselor sau a persoanei, pentru a se crea confuzia acestora.²⁶ Putem sprijini acest punct de vedere, dar cu o precizare: luând în considerație dispoziția de la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, prima modalitate de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială nu cuprinde ipoteza de folosire a denumirii de firmă sau a mărcii comerciale într-o manieră care

să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic.

Drept urmare, prima modalitate de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială se concretizează în folosirea unei invenții, indicații geografice, denumirii de origine, specialității tradiționale garantate, model de utilitate, desen sau model industrial, topografii ale unui circuit integral, alt mijloc de individualizare a produselor sau a persoanei făptuitorului, într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic, ca victimă a infracțiunii.

În legătură cu această situație, atrag atenția unele prevederi normative: „o denumire omonimă sau parțial omonimă cu o denumire deja protejată conform prezentei legi va putea fi refuzată la înregistrare dacă, ținând cont de uzanțele locale și tradiționale și de riscul efectiv de confuzie, ea creează în percepția consumatorului impresia eronată că produsele sunt originare din alt teritoriu, chiar dacă denumirea în cauză este exactă în ceea ce privește teritoriul, regiunea sau localitatea din care sunt originare produsele agricole sau alimentare pe care aceasta le desemnează” (alin. (3) art. 7 al Legii Republicii Moldova privind protecția indicațiilor geografice, denumirile de origine și specialităților tradiționale garantate, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 27.03.2008²⁷); „produs vinicol falsificat (contrafăcut) – ... duplicat fals după modelul originalului și/sau produs prezentat, în mod ilegal, cu denumirea de origine, denumirea de origine controlată, indicația geografică ..., inducându-se în eroare consumatorul” (art. 2 al Legii viei și vinului a Republicii Moldova, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 10.03.2006²⁸; „soiul este considerat distinct dacă se distinge clar de orice alt soi a cărui existență este notorie la data depunerii cererii de brevet la Agenție” (se are în vedere Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală – *n.a.*) (alin. (1) art. 7 al Legii Republicii Moldova privind protecția soiurilor de plante, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 11.07.1996²⁹) etc.

În literatura de specialitate se specifică următoarele forme ale creării, prin orice mijloace, de confuzie cu întreprinderea, cu produsele sau cu activitatea industrială sau comercială a unui concurent: reproducerea formei sticlei, a fasonului rochiei, a fragmentelor din catalogul publicitar, a formei și culorii aparatelor de încălzit, a modului de dispunere și prezentare a modelelor în catalogul publicitar etc.; folosirea aceleiași adrese juridice; execuția similară a stilului de firmă (a imprimatelor, plicurilor, meniurilor etc.); folosirea acelorași încăperi sau a aceluiași personal³⁰ imitarea parazitara a metodelor de publicitate, a tipurilor de promovare.³¹

Important este ca, în toate aceste cazuri, să se creeze confuzie cu întreprinderea, cu produsele sau cu activitatea industrială sau comercială a victimei.



Referindu-se la un context asemănător, A. Ungureanu și A. Ciopraga definesc astfel noțiunea „confuzie”: „orice act prin care un comerciant folosește o firmă, o emblemă, o desemnare specială sau un ambalaj de natură a crea convingerea că activitatea se desfășoară de către deținătorul legitim al firmei, emblemei, desemnării speciale sau ambalajului respectiv, fără ca acest lucru să corespundă realității”.³²

Adaptând această formulare prevederii de la lit. a) art. 246¹ C. pen. RM, putem afirma că prin „confuzie” se înțelege orice act prin care făptuitorul folosește un mijloc de individualizare a produselor sau a persoanei sale (cu excepția denumirii de firmă sau a mărcii comerciale) de natură a crea convingerea că activitatea se desfășoară de către deținătorul legitim al unui asemenea mijloc fără ca acest lucru să corespundă realității. În legătură cu aceasta, prezintă relevanță o speță din practica judiciară română, în care elementele constitutive ale concurenței neloiale au fost reținute în fapta inculpatului de a confecționa produse calitativ necorespunzătoare și de a le vinde ambalate și etichetate ca cele fabricate de o altă societate comercială, creând convingerea cumpărătorilor că produsele sunt fabricate de această societate.³³ În condițiile legislației Republicii Moldova, fapta descrisă mai sus ar fi calificată conform lit. a) art. 246¹ C. pen. RM, formând concurs cu infracțiunea prevăzută la art. 254 C. pen. RM (ori cu fapta prevăzută, după caz, la art. 42² sau la art. 179 din Codul cu privire la contravențiile administrative).

Într-un alt registru, cea de-a doua modalitate a infracțiunii de concurență neloială o constituie *răspândirea, în procesul comerțului, de afirmații false, care discreditează întreprinderea, produsele sau activitatea de întreprinzător a unui concurent.*

Drept model pentru această modalitate, specificată la lit. b) art. 246¹ C. pen. RM, a servit prevederea de la lit. a) alin. (1) art. 8 al Legii cu privire la protecția concurenței, în conformitate cu care agentului economic i se interzice să efectueze acte de concurență neloială, inclusiv să răspândească informații false sau neautentice care pot cauza daune unui alt agent economic și (sau) pot prejudicia reputația lui.

Astfel, putem deduce că infracțiunea de concurență neloială, în modalitatea prevăzută la lit. b) art. 246¹ C. pen. RM, presupune lezarea onoarei, demnității și reputației profesionale a victimei (dacă victima este o persoană fizică), ori numai a reputației profesionale (dacă victima este o persoană juridică). În opinia unor autori, pe care o susținem, prin „onoare” trebuie înțeleasă aprecierea calităților persoanei de către societate, prin „demnități” – autoaprecierea de către persoană a calităților sale, iar prin „reputație profesională” – aprecierea calităților profesionale ale persoanei de către societate.³⁴

Menținerea la un nivel înalt a onoarei, demnității și, mai ales, a reputației profesionale ale unui agent economic este necesară în condițiile economiei de piață, când de opinia despre agentul economic depinde bunăstarea lui reală. Însăși existența agentului economic depinde într-o mare măsură de reprezentările despre el pe care și le creează reprezentanții altor agenți economici (sponsorii, furnizorii, creditorii etc.), dar și consumatorii produselor și serviciilor propuse de agentul economic. Sub acest aspect, discreditarea întreprinderii, produselor sau activității de întreprinzător a unui concurent poate avea următoarele efecte nefaste: dereglarea anumitor procese și tradiții de gestiune, a relațiilor cu partenerii de afaceri; dezorganizarea structurii, a climatului organizațional, a planificării strategice; deturnarea de la scopurile și sarcinile trasate; reducerea atractivității investiționale etc.

Din dispoziția de la lit. b) art. 246¹ C. pen. RM rezultă că această dispoziție incriminatorie nu are incidență asupra răspândirii, în procesul comerțului, de afirmații autentice, care discreditează întreprinderea, produsele sau activitatea de întreprinzător a unui concurent. De asemenea, suntem de acord cu A. Ciocârlan, care afirmă că discreditarea activității întreprinzătorului și a reputației dobândite nu trebuie confundată cu critica obiectivă a produselor altui comerciant.³⁵

Totodată, menționăm că este aplicabil art. 177 „Încălcarea inviolabilității vieții persoanei” din Codul penal, dacă în privința agentului economic concurent – persoană fizică sau în privința reprezentantului agentului economic concurent – persoană juridică, sunt răspândite cu bună-știință informații, ocrotite de lege, despre viața personală a victimei, ce constituie secretul personal sau familial al acesteia, fără consimțământul victimei. Or, năzuința de discreditare a concurentului în afaceri se poate număra printre motivele infracțiunii prevăzute la art. 177 C. pen. RM.

La lit. b) art. 246¹ C. pen. RM, ca obiect al discreditării este consemnată întreprinderea, produsele sau activitatea de întreprinzător a victimei. Aceasta înseamnă că, la concret, afirmațiile false, răspândite de către făptuitor, se referă la: incompetența profesională a victimei; insolabilitatea apropiată a acesteia; punerea la îndoială a onestității, a credibilității și a capacității victimei de a rambursa creditele contractate; încetarea apropiată a activității agentului economic-victimă; apartenența de o anumită confesiune sau sectă a victimei; dificultățile în afacerile victimei; calitatea necorespunzătoare a produselor fabricate de victimă etc.

Nu are importanță prin intermediul căror mijloace sunt răspândite astfel de afirmații false: publicitatea în mass-media sau publicitatea stradală; comunicarea publică; corespondența scrisă sau electronică expediată potențialilor consumatori etc. Important este ca afirmațiile false să fie răspândite în procesul comerțului.



Cu alte cuvinte, procesul comerțului constituie ambianța în care e săvârșită infracțiunea de concurență neloială, atunci când adoptă modalitatea prezentată la lit. b) art. 246¹ C. pen. RM.

Definiția legislativă a noțiunii de comerț o găsim în art. 1 al Legii Republicii Moldova cu privire la comerțul interior, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 23.02.1996: „Gen de activitate economică desfășurată de persoane fizice și juridice, constând în vânzarea-cumpărarea cu amănuntul a mărfurilor, fabricarea și comercializarea produselor de alimentație publică, organizarea consumului lor, prestarea de servicii suplimentare la cumpărarea mărfurilor”.³⁶ Desigur, această formulare trebuie extrapolată, astfel încât să cuprindă și aspectul exterior al comerțului. Aceasta deoarece, conform art. 2 al Legii cu privire la protecția concurenței, agenții economici sunt persoanele fizice și juridice, inclusiv străine, care desfășoară activitate de întreprinzător.

În alt context, cea de-a treia modalitate de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială, prevăzută la lit. c) art. 246¹ C. pen. RM, se exprimă în *inducerea în eroare a consumatorului referitor la natura, la modul de fabricare, la caracteristicile, la aptitudinea de întrebuințare sau la cantitatea mărfurilor concurentului*.

Ca paradigmă pentru această modalitate a servit prevederea de la lit. b) alin. (1) art. 8 al Legii cu privire la protecția concurenței, conform căreia agentului economic i se interzice să efectueze acte de concurență neloială, inclusiv să inducă în eroare cumpărătorul privitor la caracterul, modul și locul fabricării, la proprietățile de consum, la utilitatea consumului, la cantitatea și calitatea mărfurilor. În legătură cu cele reglementate de această prevedere, S. Timofei susține: „Inducerea în eroare a cumpărătorului, ca modalitate a concurenței neloiale, este săvârșită întotdeauna din motivul discreditării concurentului în afaceri. Cu alte cuvinte, făptuitorul cu bunăștiință montează cumpărătorii, prezentând informații neautentice sau incomplete privind caracteristicile mărfurilor aparținând concurentului în afaceri. Astfel, făptuitorul atrage clientela victimei a cărei reputație a discreditat-o”.³⁷ Valoarea acestei explicații constă în aceea că ea ajută la delimitarea faptei, specificate la lit. c) art. 246¹ C. pen. RM, de infracțiunea de înșelare a clienților (art. 255 C. pen. RM), precum și de fapta de încălcare a regulilor de comerț (art. 152 al Codului cu privire la contravențiile administrative).

Astfel, criteriile de delimitare sunt:

1) în ipoteza faptei prevăzute la lit. c) art. 246¹ C. pen. RM, făptuitorul induce consumatorul în eroare cu privire la mărfurile agentului economic concurent. În cazul faptelor prevăzute la art. 255 C. pen. RM și la art. 152 al Codului cu privire la contravențiile

administrative, făptuitorul induce consumatorul în eroare cu privire la mărfurile proprii sau mărfurile persoanei pe care o reprezintă;

2) în situația faptei prevăzute la lit. c) art. 246¹ C. pen. RM, victime sunt consumatorul (indus în eroare) și agentul economic concurent (discreditat). În ce privește faptele specificate la art. 255 C. pen. RM și la art. 152 al Codului cu privire la contravențiile administrative, prejudiciat este numai consumatorul, care nu ar fi procurat mărfurile dacă nu era indus în eroare;

3) fapta prevăzută la lit. c) art. 246¹ C. pen. RM este săvârșită din motiv de discreditare a agentului economic concurent. Acest motiv dominant este secundat de motivul exprimat în interesul material: făptuitorul urmărește să obțină un câștig material de pe urma inducerii în eroare a consumatorului, dar și a atragerii clientelei agentului economic concurent. În cazul faptelor specificate la art. 255 C. pen. RM și la art. 152 al Codului cu privire la contravențiile administrative, motivul infracțiunii este doar interesul material.

În contextul aceleiași modalități de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială, vom menționa că obiectul inducerii în eroare a consumatorului îl reprezintă natura, modul de fabricare, caracteristicile, aptitudinea de întrebuințare sau cantitatea mărfurilor concurentului. Deschizând parantezele, putem afirma că obiectul inducerii în eroare a consumatorului îl constituie:

- denumirea mărfii produse de către concurent;
- denumirea și marca producătorului (prestatorului) concurent;
- masa/volumul mărfii concurentului;
- categoria calitativă sau caracteristicile calitative ale mărfii concurentului;
- cantitatea de calorii în marfa concurentului (în cazul mărfurilor alimentare);
- compoziția mărfii concurentului și aditivii folosiți (inclusiv aditivii nocivi) în aceasta;
- eventualele riscuri pe care le presupune consumul mărfii concurentului;
- modul de utilizare, de manipulare, de depozitare, de conservare sau de păstrare a mărfii concurentului;
- aptitudinea de întrebuințare a mărfii concurentului în scopuri speciale sau în scopuri ordinare;
- contraindicațiile legate de consumul mărfii concurentului;
- locul producerii / prestării, asamblării, ambalării/preambalării mărfii concurentului;
- termenul de garanție, termenul de prestare, durata de funcționare, termenul de valabilitate, data fabricării mărfii concurentului;
- modul și condițiile de reparare, de restituire, de recepționare, de predare, de expediere a mărfii concurentului sau a părților ei componente etc.



În altă privință, cea de-a patra modalitate de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială, indicată la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, constă în *folosirea denumirii de firmă sau a mărcii comerciale într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic*.

Ca model pentru această modalitate a servit prevederea de la lit. d) alin. (1) art. 8 al Legii cu privire la protecția concurenței, potrivit căreia agentului economic i se interzice să efectueze acte de concurență neloială, inclusiv să folosească neautorizat, integral sau parțial, marca comercială, emblema de deservire a altor obiecte ale proprietății industriale, firma unui alt agent economic, să copieze forma, ambalajul și aspectul exterior al mărfii unui alt agent economic.

Observăm că numai denumirea de firmă sau marca comercială, folosită de făptuitor într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic, reprezintă obiectul imaterial al infracțiunii de concurență neloială, atunci când adoptă modalitatea de la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM. Alte mijloace de individualizare a produselor sau a persoanei nu pot forma un asemenea obiect imaterial. Prin aceasta, modalitatea de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială, stabilită la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, se deosebește de modalitatea de săvârșire a aceleiași infracțiuni, specificată la lit. a) art. 246¹ C. pen. RM.

Cât privește denumirea de firmă, în conformitate cu alin. (1) art. 66 al Codului civil al Republicii Moldova, adoptat de Parlamentul Republicii Moldova la 6.06.2002³⁸, persoana juridică participă la raporturile juridice numai sub denumire proprie, stabilită prin actele de constituire și înregistrată în modul corespunzător. La fel, potrivit alin. (1) art. 24 din Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, antreprenorul (întreprinzătorul) și întreprinderea constituită de acesta își desfășoară activitatea sub o anumită firmă (denumire).

Așadar, denumirea de firmă poate fi privită ca numele sau denumirea sub care agentul economic – persoană fizică sau agentul economic – persoană juridică evaluează în circuitul civil și care îl individualizează în raport cu ceilalți participanți la acest circuit. Spre deosebire de celelalte mijloace de individualizare, denumirii de firmă îi reușește să individualizeze pe deplin agentul economic.

În contextul modalității analizate, comportă semnificație prevederea de la lit. a) alin. (1) art. 25 al Legii cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, conform căreia întreprinderea nu poate să folosească denumirea de firmă care coincide sau, după cum constată organul înregistrării de stat, se aseamănă cu denumirea de firmă a altei întreprinderi, care este deja înregistrată. Or, în conjunctura modalității specificate la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, făptuitorul își folosește

denumirea de firmă anume într-o asemenea manieră frauduloasă. Astfel încât să se producă confuzie cu denumirea de firmă folosită legitim de victimă.

Referitor la noțiunea de marcă, aceasta e definită în art. 2 al Legii Republicii Moldova privind protecția mărcilor, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 29.02.2008: „orice semn susceptibil de reprezentare grafică, care servește la deosebirea produselor și/sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice”.

Este cazul de consemnat că nu are suport normativ expresia „marcă comercială”, utilizată la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM. În legislația autohtonă se atestă o adevărată degingoladă terminologică în această privință. Astfel, la lit. d) art. 125 C. pen. RM se utilizează sintagma „mărcile comerciale și de fabrică”. În Secțiunea IV a Anexei nr. 1 la Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova, nr. 456 din 26.07.1993³⁹, e folosită expresia „mărci de fabrică, de comerț, de serviciu”. La alin. (9) art. 3 al Legii Republicii Moldova privind societățile pe acțiuni, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 12.06.1997⁴⁰, e întrebuițată locuțiunea „marcă comercială (marcă de serviciu)”. În alin. (1) art. 2 al Legii privind mărcile și denumirile de origine a produselor (actualmente abrogate) se utilizează sintagma „marca de produs și marca de serviciu”.

În realitate, „marca” este termenul adecvat care trebuie folosit atât în art. 246¹ C. pen. RM, cât și în toate celelalte reglementări de rigoare. Așa cum deja e folosit la alin. (2) art. 185² C. pen. RM. De aceea, recomandăm legiuitorului să substituie, la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, cuvintele „a mărcii comerciale” prin expresia „a mărcii”.

În contextul dispoziției de la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, ce înseamnă „folosirea denumirii de firmă sau a mărcii comerciale”? Vizavi de folosirea mărcii comerciale, în literatura de specialitate răspunsul este următorul: „aplicarea mărcii pe produse, pe ambalaj și/sau ca ambalaj, în publicitate, în imprimare, pe blanchete oficiale, firme, pe expozatele expozițiilor și târgurilor”.⁴¹ De fapt, acest răspuns, care poate fi extins asupra folosirii denumirii de firmă, se desprinde din textul alin. (1) art. 22 „Folosirea mărcii și a denumirii de origine a produsului” din Legea privind mărcile și denumirile de origine a produselor. Însă, deoarece această lege este abrogată, mai adecvat este răspunsul care rezultă din textul alin. (2) art. 9 al Legii privind protecția mărcilor:

– aplicarea mărcii pe produse sau pe ambalaje, utilizarea ei în calitate de ambalaj în cazul mărcilor tridimensionale;

– utilizarea mărcii pe documentele de afaceri și în publicitate.



În acord cu lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, folosirea denumirii de firmă sau a mărcii comerciale se realizează într-o manieră care să producă confuzie cu cele folosite legitim de un alt agent economic. Remarcăm diferența dintre formulările „crearea de confuzie” (lit. a) art. 246¹ C. pen. RM) și „manieră care să producă confuzie” (lit. d) art. 246¹ C. pen. RM). În acest sens, considerăm că, în raport cu această formulare de la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM, este aplicabilă aserțiunea lui M. Cercelescu: „Pentru a fi în prezența unui act de concurență neloială, nu este necesar să se fi produs deja o confuzie, ci doar să existe un risc în acest sens. Riscul de confuzie se raportează la consumatorul obișnuit, cu atenție mijlocie, cu un nivel de educație și de inteligență mediu, comun. Totuși, dacă produsul este targetat pe o categorie de consumatori inițiați, specializați oarecum în utilizarea acestuia, riscul de confuzie se apreciază în funcție de acești consumatori”.⁴²

Despre formele de confuzie, pe care le poate produce folosirea unei mărci, menționează A. Ciocârlan:

- confuzia fonetică (auditivă) (de exemplu, Sunlake și Sunsilk);
- confuzia vizibilă (de exemplu, KILLOO’S și KILLOG’S, care sunt scrise cu aceleași caractere);
- confuzia intelectuală:
- analogia (de exemplu, Miss Rouge și Miss Blanche);
- echivalența (de exemplu, Soleil și Sun);
- contrastul (de exemplu, La vache qui rit și La vache serieuse).⁴³

În această ordine de idei, merită atenție o speță din practica judiciară română, în care reclamantul a invocat riscul de confuzie fonetică și vizuală, pe care îl comportă marca folosită de către pârât: „... între cele două mărci nu există similitudine, întrucât atât denumirea Santal, cât și denumirea Sante sunt mărci sugestive, având ca scop să sugereze consumatorului o anumită calitate a produsului respectiv. Astfel, așa cum rezultă din studiul de piață efectuat la cererea reclamantei în ianuarie 1999, 38,1% din persoanele întrebate au asociat sucurile Sante cu „natural”, iar 28,7% cu „suc sănătos”. În ceea ce privește denumirea Santal, aceasta încearcă să sugereze consumatorului aroma sucurilor de fructe prin trimitere la parfumul lemnului de Santal ... Susținerea reclamantei că există pericol de confuzie a celor două mărci prin utilizarea de către pârât a unor ambalaje asemănătoare urmează a fi înlăturată. Este de observat că, în cazul mărcilor Sante și Santal, diferențierea dintre ambalajele utilizate de către titularii de marcă este mai mult decât evidentă, atât sub aspectul graficiei, coloristicii și imagisticii, al amplasării inscripțiilor, în plan, cât și a dimensiunii în spațiu”.⁴⁴

În contextul aceleiași modalități de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială, trebuie de menționat că această modalitate prezintă unele similarități cu anumite fapte penale sau nepenale:

– fabricarea, folosirea, importul, exportul, oferirea spre vânzare, vânzarea, orice alt mod de punere în circulație economică sau stocarea în acest scop a obiectelor proprietății industriale protejate sau a produsului, obținut prin aplicarea acestor obiecte, precum și îndemnarea terților la efectuarea acestor acțiuni fără autorizația deținătorului titlului de protecție (art. 51³ al Codului cu privire la contravențiile administrative);

– folosirea ilicită a mărcii sau denumirii de origine a produsului protejate, folosirea unor semne identice ori similare care pot fi confundate cu mărcile sau cu denumirile de origine ale produsului înregistrate sau a căror înregistrare este solicitată în numele unor alte persoane pentru marcarea de produse ori servicii identice cu cele pentru care marca (denumirea de origine) a fost înregistrată, fabricarea, folosirea, importul, exportul, transportarea, oferirea spre vânzare, vânzarea, orice alt mod de punere în circulație economică sau stocarea în aceste scopuri a produselor marcate cu astfel de semne, precum și îndemnarea terților la efectuarea acestor acțiuni, care au cauzat daune în proporții mari (alin. (2) art. 185² C. pen. RM).

Se poate observa că în art. 51³ al Codului cu privire la contravențiile administrative și în alin. (2) art. 185² C. pen. RM se evocă – implicit sau explicit – folosirea mărcii (comerciale) care să producă confuzie cu cea folosită legitim de un alt agent economic. Care este deosebirea dintre această acțiune și infracțiunea de concurență neloială în modalitatea stabilită la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM (având ca obiect imaterial marca comercială)?

Răspunsul la această întrebare ni-l sugerează I. Moscalciuc: „... un anumit consumator poate considera mai importantă achiziționarea unui produs care este fabricat din componenții, în proporțiile și în condițiile prestabilite, fiind conștient de faptul că pe produsul pe care îl achiziționează nu este aplicată o marcă de produs înregistrată, valabilă pentru produsul în cauză... Din contra, pentru un alt consumator poate fi mai important să achiziționeze tocmai un produs cu marca de produs înregistrată, valabilă pentru produsul în cauză, deși își dă seama că produsul achiziționat nu este fabricat din componenții, în proporțiile și în condițiile conforme celor prestabilite”.⁴⁵

Vom adapta această afirmație ideii pe care am promovat-o *supra*: cât privește victima infracțiunii de concurență neloială, în toate cazurile, atât agentul economic concurent (cu care făptuitorul se află în rivalitate), cât și consumatorul, suferă de pe urma comiterii infracți-



unii analizate. Nu este excepție nici folosirea mărcii comerciale într-o manieră care să producă confuzie cu cea folosită legitim de un alt agent economic, ipoteză prevăzută la lit. d) art. 246¹ C. pen. RM. În această ipoteză, consumatorul consideră eronat că achiziționează produse având marca comercială folosită legitim de un alt agent economic, altul decât făptuitorul. Deci, și consumatorului îi sunt prejudiciate drepturile și interesele legitime. Fapt pentru care îl considerăm victimă a infracțiunii, alături de titularul mărcii comerciale folosite legitim, imitate de către făptuitor.

Nu aceeași este situația în cazul acțiunii corespunzătoare specificate la art. 51³ al Codului cu privire la contravențiile administrative și la alin. (2) art. 185² C. pen. RM. În acest caz, victima exclusivă este titularul mărcii (comerciale) folosite legitim, imitate de către făptuitor. Această concluzie rezultă din examinarea obiectului juridic al infracțiunii prevăzute la alin. (2) art. 185² C. pen. RM. Denumirea acestui articol – „Încălcarea dreptului asupra obiectelor de proprietate industrială”, precum și denumirea Capitolului V, din care face parte acest articol – „Infracțiuni contra drepturilor politice, de muncă și altor drepturi constituționale ale cetățenilor”, ne îndeamnă să susținem că infracțiunea respectivă aduce atingere relațiilor sociale cu privire la realizarea dreptului asupra mărcii (sau a denumirii de origine a produsului), privit ca componentă a dreptului cetățenilor la proprietatea intelectuală (proclamat la alin. (2) art. 33 al Constituției). Nu este fixat în Constituție un drept al consumatorului de a fi protejat împotriva achiziționării de produse contrafăcute. De aceea, consumatorul nu poate să apară ca victimă a infracțiunii prevăzute la alin. (2) art. 185² C. pen. RM (nici a faptei prevăzute la art. 51³ al Codului cu privire la contravențiile administrative, cu care această infracțiune este conexasă).

În continuare, ne vom concentra atenția asupra ultimei, celei de-a cincea modalități de săvârșire a infracțiunii de concurență neloială: *compararea în scopuri publicitare a mărfurilor produse sau comercializate ale unui agent economic cu mărfurile unor alți agenți economici* (lit. e) art. 246¹ C. pen. RM).

Modelul acestei modalități îl găsim la lit. c) alin. (1) art. 8 al Legii cu privire la protecția concurenței, potrivit căreia agentului economic i se interzice să efectueze acte de concurență neloială, inclusiv să compare neloial în scopuri publicitare mărfurile produse sau comercializate de el cu mărfurile altor agenți economici. De asemenea, conform alin. (1) art. 8 al Legii Republicii Moldova cu privire la publicitate, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 27.06.1997⁴⁶, publicitatea trebuie să fie loială și onestă. Potrivit lit. b) alin. (1) art. 9 din același act legislativ, se consideră neonestă publicitatea care conține, printre altele, comparații incorecte ale mărfurilor cărora li se face publicitate cu mărfuri similare ale altui agent economic.

Considerăm că pentru a înțelege natura juridică a modalității specificate la lit. e) art. 246¹ C. pen. RM este cazul să oferim unele explicații. Deoarece nu le găsim în legislația autohtonă, vom apela la interpretarea relevantă din art. 8 al Legii României nr. 148 din 26.07.2000 privind publicitatea⁴⁷: publicitatea comparativă este interzisă dacă: a) comparația este înșelătoare; b) se compară bunuri sau servicii având scopuri sau destinații diferite; c) nu se compară, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative – între care poate fi inclus și prețul – ale unor bunuri sau servicii; d) se creează confuzie pe piață între cel care își face publicitate și un concurent sau între mărcile de comerț, denumirile comerciale sau alte semne distinctive, bunuri sau servicii ale celui care își face publicitate și cele aparținând unui concurent; e) se discreditează sau se denigrează mărcile de comerț, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii sau situația materială a unui concurent; f) nu se compară, în fiecare caz, produse cu aceeași indicație în cazul produselor care au indicație geografică; g) se profită în mod incorect de renumele unei mărci de comerț, de denumirea comercială sau de alte semne distinctive ale unui concurent ori de indicația geografică a unui produs al unui concurent; h) se prezintă bunuri sau servicii drept imitații sau replici ale unor bunuri sau servicii purtând o marcă de comerț sau o denumire comercială protejată.

În același timp, considerăm utilă explicația din art. 7 al Legii Ucrainei din 7.06.1996 cu privire la protecția împotriva concurenței neloiale: comparația din publicitate nu se consideră ilegală, dacă informațiile privind mărfurile, lucrările sau serviciile concurentului sunt confirmate prin date factive, sunt veridice, obiective și utile pentru informarea consumatorilor.⁴⁸

În încheierea analizei laturii obiective a infracțiunii de concurență neloială, vom consemna că această infracțiune este o infracțiune formală. Ea se consideră consumată din momentul săvârșirii acțiunii prejudiciabile specificate la art. 246¹ C. pen. RM, în oricare din modalitățile sale.

Latura subiectivă a infracțiunii prevăzute la art. 246¹ C. pen. RM se caracterizează prin intenție directă. De regulă, motivele acestei infracțiuni se exprimă în năzuința de discreditare sau denigrare a agentului economic concurent, precum și în interesul material.

Subiectul infracțiunii de concurență neloială este fie persoana fizică responsabilă, care la momentul săvârșirii faptei a atins vârsta de 16 ani, fie persoana juridică, cu excepția unei autorități publice. În plus, subiectul trebuie să aibă calitatea specială de agent economic. Adică de persoană fizică sau juridică, inclusiv străină, care desfășoară activitate de întreprinzător.

**Note:**

¹ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2007, nr. 78-81.

² La alin. (4) art. 3 al Legii privind mărcile și denumirile de origine a produselor e stabilit: „Se interzice folosirea, în desemnarea sau prezentarea unui produs, a oricărui procedeu care indică sau sugerează că produsul în cauză este originar dintr-o regiune geografică alta decât locul adevărat de origine, într-un mod care induce în eroare consumatorul în privința originii geografice a produsului, iar orice atare folosire constituie un act de concurență neloială în sensul art. 10-bis al Convenției de la Paris pentru Protecția Proprietății Industriale”.

A se vedea: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1996, nr. 8-9.

³ S. Brînză. *Obiectul infracțiunilor contra patrimoniului*. - Chișinău: Tipografia Centrală, 2005, p. 553.

⁴ *A se vedea:* A.A. Чугунов. *Уголовно-правовая охрана свободы предпринимательской деятельности*: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – Москва, 2001, p. 8.

⁵ E.A. Жалнина. *Правовая охрана товарных знаков и право на защиту от недобросовестной конкуренции*: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – Москва, 2006, p. 4.

⁶ Convenția de la Paris pentru protecția proprietății industriale, încheiată la 20.03.1883 // *Tratate internaționale la care Republica Moldova este parte*. Vol. 6. – Chișinău: Moldpres, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1998, p.160-186; Convenția de la Stockholm pentru instituirea Organizației Mondiale a Proprietății Intellectuale, încheiată la 14.07.1967 // *Tratate internaționale la care Republica Moldova este parte*. Vol. 6. – Chișinău: Moldpres, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1998, p. 187-202.

⁷ P.C. Шмонин. *Управление объектами интеллектуальной собственности в экономике России*: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Москва, 2008, p. 17.

⁸ O. Loghin, T. Toader. *Drept penal român. Partea Specială*. – București: Șansa, 1999, p. 516.

⁹ *A se vedea:* T. Toader. *Drept penal. Partea Specială*. – București: ALL Beck, 2002, p. 416; T. Toader. *Drept penal. Partea Specială*. – București: Hamangiu, 2007, p. 332.

¹⁰ V. Dobrinioiu, N. Conea. *Dreptul penal. Partea Specială*. Vol. II. *Teoria și practica judiciară*. – București: Lumina LEX, 2002, p. 445.

¹¹ Gh. Nistoreanu, A. Boroi, I. Molnar și alții. *Drept penal. Partea Specială*. – București: Europa Nova, 1999, p. 536.

¹² *A se vedea:* Gh. Nistoreanu, A. Boroi. *Drept penal. Partea Specială*. – București: ALL Beck, 2002, p. 424.

¹³ La art. 301 din Codul penal român se stabilește răspunderea pentru fabricarea sau punerea în circulație a produselor care poartă denumiri de origine ori indicații de proveniență false, precum și aplicarea pe produsele puse în circulație de mențiuni false privind brevetele de invenții, ori folosirea unor nume comerciale sau a denumirilor organizațiilor de comerț ori industriale, în scopul de a induce în eroare pe beneficiari.

¹⁴ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2000, nr. 166-168.

¹⁵ *A se vedea:* I.L. Georgescu. *Drept comercial român*. – București, 1946-1948, p. 585.

¹⁶ *A se vedea:* J. Azema. *Le droit français de la concurrence*. – Paris, 1989, p. 17.

¹⁷ *A se vedea:* I. Băcanul. *Libera concurență în perioada de tranziție spre economia de piață* // *Dreptul*, 1990, nr. 9-12, p. 50.

¹⁸ *A se vedea:* R.S. Khemani, D.M. Shapiro. *Glossary of industrial organisation, economics, competition law and policy terms*. – Paris, 1991, p. 9.

¹⁹ *A se vedea:* A. Constatinescu, I. Rucăreanu. *Dicționar juridic de comerț extern*. – București, 1986, p. 58.

²⁰ *A se vedea:* S. Brînză. *Op. cit.*, p. 557.

²¹ *A se vedea:* S. Timofei. *Concurența privită ca factor de bază al economiei naționale luat sub ocrotirea legii penale* // *Revista Națională de Drept*, 2007, nr. 2, p. 46-50.

²² Monitorul Parlamentului Republicii Moldova, 1994, nr. 2.

²³ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr. 126-131.

²⁴ Mai pe larg despre caracteristicile consumatorului a se vedea în: I. Moscalciuc. *Consumatorul – victima infracțiunilor săvârșite în sfera consumului de produse și servicii* // *Revista Națională de Drept*, 2007, nr. 5, p. 47-53.

²⁵ În conformitate cu alin. (1) art. 8 al Legii cu privire la protecția concurenței, agentului economic i se interzice să efectueze acte de concurență neloială, inclusiv:

a) să răspândească informații false sau neautentice care pot cauza daune unui alt agent economic și (sau) pot prejudicia reputația lui;

b) să inducă în eroare cumpărătorul privitor la caracterul, modul și locul fabricării, la proprietățile de consum, la utilitatea consumului, la cantitatea și calitatea mărfurilor;

c) să compare neloial în scopuri publicitare mărfurile produse sau comercializate de el cu mărfurile altor agenți economici;

d) să folosească neautorizat, integral sau parțial, marca comercială, emblema de deservire a altor obiecte ale proprietății industriale, firma unui alt agent economic, să copieze forma, ambalajul și aspectul exterior al mărfii unui alt agent economic;

e) să obțină nelegitim informații ce constituie secretul comercial al unui alt agent economic, să se folosească sau să le divulge.

²⁶ *A se vedea:* Д.И. Серегин. *Недобросовестная конкуренция как правовая категория*: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – Москва, 2002, p. 20.

²⁷ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2008, nr. 134-137:

²⁸ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006, nr. 75-78.

²⁹ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1996, nr. 77.

³⁰ *Регламентирование недобросовестной конкуренции в праве Франции* // www.library.by

³¹ A. Strecheanu. *Concurența neloială* // <http://avocata.wordpress.com/2008/03/10/concurenta-neloiala/>; M. Cercescu. *Concurența neloială – mic îndreptar* // www.sfin.ro/articol_651/

³² A. Ungureanu, A. Ciopraga. *Dispoziții penale din legi speciale române comentate și adnotate cu jurisprudență și doctrină*. Vol. II. – București: Lumina LEX, 1996, p. 29.

³³ Înalta Curte de Casație și Justiție, secția penală, decizia nr.5241/2005 // www.scj.ro

³⁴ *A se vedea:* И.Л. Мароголова. *Защита чести и достоинства личности*. – Москва, 1998, p. 10-11; А.М. Эрделевский. *Компенсация морального вреда в России и за рубежом*. – Москва, 1997, p. 95.

³⁵ *A se vedea:* A. Ciocârlan. *Reglementarea juridică a relațiilor privind mărcile de produse și de servicii în Republica Moldova*: Teză de doctor în drept. – Chișinău, 2005, p. 111.

³⁶ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1996, nr. 31.

³⁷ S. Timofei. *Necesitatea apărării juridico-penale împotriva faptelor de concurență neloială* // *Analele Științifice ale USM. Seria „Științe sociumanistice”*. Vol. I. – Chișinău: CEP USM, 2006, p. 554-558.

³⁸ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2002, nr. 82-86.

³⁹ *Nepublicată oficial. A se vedea:* Moldlex

⁴⁰ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr. 38-39.

⁴¹ Т. Бодюл. *Защита прав на товарный знак* // *Analele Științifice ale USM. Seria „Științe sociumanistice”*. Vol. I. – Chișinău: CEP USM, 2006, p. 314-318.

⁴² M. Cercescu. *Concurența neloială – mic îndreptar* // www.sfin.ro/articol_651

⁴³ *A se vedea:* A. Ciocârlan. *Op. cit.*, p. 109.

⁴⁴ Curtea Supremă de Justiție, secția comercială, decizia nr.2271 din 11.04.2003 // www.ucdc.info/cd/doc/1233/

⁴⁵ I. Moscalciuc. *Probleme privind protecția penală a consumatorilor împotriva achiziționării de produse contrafăcute* // *Revista științifică a USM „Studia Universitatis”*. Seria „Științe sociale”, 2007, nr. 6, p. 162-167.

⁴⁶ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr. 67-68.

⁴⁷ Monitorul Oficial al României, 2000, nr. 359.

⁴⁸ Закон Украины о защите от недобросовестной конкуренции // w3.main.gov.by/New-web/cis.nsf