



**Comunicare comună privind practica comună pentru motivele relative de refuz - riscul de confuzie (impactul elementelor nedistinctive/slabe)**  
2 octombrie 2014

## 1. CONTEXT

Prin angajamentul lor de a continua colaborarea în contextul Programului de convergență prin intermediul Rețelei europene pentru mărci, desene și modele industriale, oficiile de mărci din Uniunea Europeană au convenit asupra unei practici comune cu privire la impactul elementelor nedistinctive/slabe ale mărcilor la examinarea riscului de confuzie (motive relative). Practica comună este distribuită public printr-o comunicare comună, cu scopul de a spori în continuare transparența, securitatea juridică și previzibilitatea în beneficiul examinatorilor și al utilizatorilor în egală măsură.



Prezenta comunicare comună se referă la convergența abordărilor privind impactul elementelor nedistinctive/slabe ale mărcilor în cauză asupra evaluării riscului de confuzie.

## 2. PRACTICA COMUNĂ

Practica comună este definită și detaliată în documentul „Principiile practicii comune” (a se vedea Anexa I la prezenta comunicare). În esență, practica comună constă în patru obiective:

<b>Obiectiv 1</b>	<i>Definirea mărcilor care sunt supuse evaluării caracterului distinctiv: marca anterioară (și/sau părți ale acesteia) și/sau marca ulterioară (și/sau părți ale acesteia)</i>
<b>Practică comună</b>	<p>Când se evaluează riscul de confuzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se evaluează caracterul distinctiv al mărcii anterioare în totalitate, ținându-se cont de faptul că acesta trebuie să se recunoască într-o anumită măsură.</li> <li>• Se evaluează și caracterul distinctiv al tuturor elementelor mărcii anterioare și ale mărcii ulterioare, acordând prioritate elementelor care coincid.</li> </ul>
<b>Obiectiv 2</b>	<i>Stabilirea criteriilor de evaluare a caracterului distinctiv al mărcii (și/sau a anumitor părți ale acesteia)</i>
<b>Practică comună</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Când se evaluează caracterul distinctiv al mărcilor sub aspectul motivelor relative, se aplică aceleași criterii care se utilizează pentru stabilirea caracterului distinctiv la motivele absolute. Cu toate acestea, la motivele relative, aceste criterii se utilizează nu numai pentru a stabili dacă se respectă un prag minim de caracter distinctiv, ci și pentru a lua în considerare diferitele grade ale caracterului distinctiv.</li> </ul>
<b>Obiectiv 3</b>	<i>Stabilirea impactului asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune au un caracter slab distinctiv</i>
<b>Practică comună</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Când mărcile au în comun un element cu un caracter slab distinctiv, evaluarea riscului de confuzie se va axa pe impactul elementelor care nu coincid asupra impresiei de ansamblu produsă de mărci. Aceasta va ține cont de similitudinile/diferențele și de caracterul distinctiv al elementelor care nu coincid.</li> <li>• O coincidență în cazul unui element cu caracter slab distinctiv nu va produce de regulă un risc de confuzie în sine.</li> <li>• Cu toate acestea, poate exista un risc de confuzie dacă:</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>celelalte elemente au un caracter mai slab (sau la fel de slab) distinctiv sau au un impact vizual nesemnificativ, iar impresia de ansamblu produsă de mărci este similară;</li> <li>sau impresia de ansamblu produsă de mărci este în mare măsură similară sau identică.</li> </ul>	
Exemple*	<i>FĂRĂ RISC DE CONFUZIE</i>	<i>RISC DE CONFUZIE</i>
	<b>MORELUX vs INLUX</b> (Clasa 44: Saloane de frumusețe)	<b>COSMEGLOW vs COSMESHOW</b> (Clasa 3: Cosmetice)
	 (Clasa 9: Cărți de credit)	 (Clasa 43: Servicii de cazare pentru vacanțe)

<b>Obiectiv 4</b>	<i>Stabilirea impactului asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune nu au un caracter distinctiv</i>	
<b>Practică comună</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Când mărcile au în comun un element fără caracter distinctiv, evaluarea riscului de confuzie se va axa pe impactul elementelor care nu coincid asupra impresiei de ansamblu produsă de mărci. Aceasta va ține cont de similitudinile/diferențele și de caracterul distinctiv al elementelor care nu coincid.</li> <li>O coincidență numai în cazul elementelor nedistinctive nu determină riscul de confuzie.</li> <li>Când mărcile conțin și alte elemente figurative și/sau verbale similare, va exista un risc de confuzie dacă impresia de ansamblu produsă de mărci este în mare măsură similară sau identică.</li> </ul>	
Exemple*	<i>FĂRĂ RISC DE CONFUZIE</i>	<i>RISC DE CONFUZIE</i>
	<b>BUILDGRO vs BUILDFLUX</b> (Clasa 19: Materiale de construcții Clasa 37: Servicii de construcții)	<b>TRADENERGY vs TRACENERGY</b> (Clasa 9: Colectoare de energie solară pentru generare de electricitate)
	 (Clasa 36: Servicii financiare)	 (Clasa 9: Colectoare de energie solară pentru generare de electricitate)

\* Mai multe exemple sunt oferite în documentul Principiile practicii comune (Anexa I)

## 2.1. EXCLUDEREA DIN DOMENIUL DE APLICARE

Următoarele aspecte sunt în afara domeniului de aplicare al practicii comune:

- Evaluarea caracterului distinctiv accentuat și/sau a caracterului distinctiv dobândit prin utilizare și/sau renume: în sensul acestei practici comune, se presupune că nu există dovezi și/sau revendicări și/sau cunoștințe anterioare despre faptul că vreuna dintre mărci a obținut prin renumele ei sau are un caracter distinctiv accentuat dobândit prin utilizare.
- Acordul asupra factorilor avuți în vedere la evaluarea riscului de confuzie. Deși există mulți factori care pot avea un impact asupra aprecierii globale a riscului de confuzie, precum **preponderența**, gradul de atenție din partea publicului **relevant**, coexistența, situația pieței, familia de mărci etc., obiectivul practicii comune nu este de a stabili care sunt acești factori.
- Acordul asupra interdependențelor dintre evaluarea caracterului distinctiv și toți ceilalți factori avuți în vedere la evaluarea riscului de confuzie. Nici criteriile de evaluare a altor factori care pot avea un impact asupra aprecierii globale a riscului de confuzie, nici interdependența dintre aceștia nu fac obiectul acestei practici comune, care nu abordează evaluarea generală a riscului de confuzie, ci una dintre părțile sale esențiale.
- Aspecte privind limba: în sensul practicii comune, se consideră că mărcile care conțin elemente verbale fără caracter distinctiv (sau cu caracter slab distinctiv) în engleză vor fi considerate ca fiind fără caracter distinctiv (sau cu caracter slab distinctiv) în toate limbile și înțelese de oficiile naționale.

## 3. PUNEREA ÎN APLICARE

Această practică comună va intra în vigoare în termen de trei luni de la data publicării acestei comunicări

Oficiile de punere în aplicare pot alege să publice informații suplimentare pe site-urile lor.

Lista oficiilor de punere în aplicare: AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FR, GR, HR, HU, IE, IS, LT, LV, MT, NO, OAPI, PL, PT, RO, SE, SI, SK, TR, UK

## 4. ANEXĂ

I. PC 5. MOTIVE RELATIVE - RISCUL DE CONFUZIE (IMPACTUL ELEMENTELOR NEDISTINCTIVE/SLABE): PRINCIPIILE PRACTICII COMUNE

# Convergența

Principiile practicii comune  
Programul de convergență

PC 5. Motive relative - Riscul de confuzie  
(Impactul elementelor nedistinctive/slabe)

## Cuprins

1.	CONTEXTUL PROGRAMULUI .....	3
2.	CONTEXTUL PROIECTULUI.....	3
3.	OBIECTIVUL PREZENTULUI DOCUMENT.....	5
4.	DOMENIUL DE APLICARE AL PROIECTULUI .....	5
5.	PRACTICA COMUNĂ.....	7
5.1.	Evaluarea caracterului distinctiv: marca anterioară și/sau părți ale acesteia, și/sau marca ulterioară și/sau părți ale acesteia (Obiectiv 1).....	7
5.2.	Criterii de evaluare a caracterului distinctiv al mărcii (și/sau al anumitor părți ale acesteia) (Obiectiv 2).....	8
5.3.	Impactul asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune au un caracter slab distinctiv (Obiectiv 3). .....	9
5.4.	Impactul asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune nu au un caracter distinctiv (Obiectiv 4).....	10

## 1. CONTEXTUL PROGRAMULUI

În pofida creșterii activității la nivel mondial în domeniul mărcilor, desenelor și modelelor industriale în ultimii ani, eforturile de a obține convergența modului de funcționare a oficiilor din lume au dat numai rezultate modeste. Europa mai are cale lungă de parcurs până la eliminarea inconsecvențelor din rândul oficiilor pentru proprietate intelectuală din UE. Planul strategic al OAPI identifică acest aspect ca fiind una dintre principalele provocări de abordat.

Ținând cont de acest lucru, Programul de convergență a fost constituit în iunie 2011. Acesta reflectă determinarea comună a oficiilor naționale, a OAPI și a utilizatorilor de a intra într-o nouă eră cu oficiile pentru proprietate intelectuală din UE, odată cu dezvoltarea progresivă a unei rețele europene interoperabile și de cooperare care contribuie la un mediu al proprietății intelectuale mai puternic în Europa.

Viziunea acestui Program este de **„a institui și a comunica claritate, securitate juridică, calitate și o ușurință a utilizării atât pentru solicitant, cât și pentru oficiu.”** Acest obiectiv va fi realizat prin cooperare în vederea armonizării practicilor și va aduce beneficii semnificative utilizatorilor și oficiilor pentru proprietate intelectuală în egală măsură.

**În primul val, au fost lansate următoarele cinci proiecte sub egida Programului de convergență:**

- **PC 1. Armonizarea clasificării**
- **PC 2. Convergența titlurilor claselor**
- **PC 3. Motive absolute - Mărci figurative**
- **PC 4. Aria de protecție a mărcilor în alb și negru**
- **PC 5. Motive relative - Riscul de confuzie**

**Prezentul document se axează pe practica comună a celui de-al cincilea proiect: PC 5. Motive relative - Riscul de confuzie**

## 2. CONTEXTUL PROIECTULUI

La momentul inițierii proiectului, între OAPI, OBPI și oficiile naționale existau diferențe cu privire la diferitele interpretări ale evaluării și la consecințele abordării elementelor



nedistinctive/slabe ale mărcilor în cadrul examinării motivelor relative de refuz (riscul de confuzie).

În mod specific, au existat diferite practici și interpretări cu privire la eventuala importanță care trebuie acordată faptului că o marcă anterioară și una ulterioară, care se referă la produse și/sau servicii identice, coincid la nivelul unui element fără caracter distinctiv (sau cu caracter slab distinctiv). Aceste practici și interpretări diferite au generat rezultate diferite când s-a evaluat riscul de confuzie, chiar dacă elementele concrete ale cazului au fost aceleași (mărcile, produsele și serviciile relevante în cauză).

Astfel de diferențe au determinat imprevizibilitatea și insecuritatea juridică a examinării motivelor relative. În consecință, oficiile au simțit nevoia unei armonizări și au considerat că o practică comună ar fi benefică pentru utilizatori și pentru ele.

Scopul acestui proiect este **convergența abordărilor privind impactul elementelor nedistinctive/slabe ale mărcilor în cauză, care trebuie luat în considerare la evaluarea riscului de confuzie.**

Există patru jaloane esențiale în cadrul acestui proiect, fiecare dintre acestea abordând un aspect diferit:

- 1) Prezentarea unei **practici comune, inclusiv a unei abordări comune**, într-un document și traducerea acesteia în toate limbile UE.
- 2) O **strategie de comunicare** comună pentru această practică.
- 3) Un **plan de acțiune pentru punerea în aplicare a practicii comune**.
- 4) O analiză a nevoilor de a trata **practica anterioară**.

Aceste jaloane ale proiectului sunt elaborate și convenite de oficiile naționale și OAPI ținând cont de observațiile asociațiilor de utilizatori.

Prezentul document reprezintă primul dintre cele patru jaloane.

Prima reuniune a grupului de lucru a avut loc în februarie 2012 la Alicante pentru a stabili liniile generale de acțiune, domeniul de aplicare al proiectului și metodologia proiectului. Reuniuni ulterioare au avut loc în octombrie 2012, iunie 2013 și octombrie 2013, în cadrul acestora fiind discutate în detaliu obiectivele proiectului de către Grupul pachetului de lucru și stabilindu-se de comun acord principiile practicii comune. De asemenea, s-au făcut mai multe prezentări cu privire la proiect în cadrul reuniunii de legătură și al reuniunii CA/CB.



### 3. OBIECTIVUL PREZENTULUI DOCUMENT

Acest document reprezintă referința în domeniul practicii comune a oficiilor pentru proprietate intelectuală, asociațiilor de utilizatori, solicitanților, opozanților și mandatarilor, cu privire la elementele nedistinctive/slabe ale mărcilor în scopul evaluării riscului de confuzie, presupunând că produsele și/sau serviciile sunt identice. Documentul va fi pus la dispoziție la nivel extins și va fi ușor accesibil, oferind o **explicație clară și complexă a principiilor pe care se va baza practica comună**. Aceste principii se vor aplica la nivel general și vizează să cuprindă marea majoritate a cazurilor. Deoarece riscul de confuzie trebuie analizat de la caz la caz, principiile comune servesc drept ghid pentru asigurarea faptului că diferite oficii ajung la o concluzie similară previzibilă atunci când se pune problema acelorași mărci și motive.

### 4. DOMENIUL DE APLICARE AL PROIECTULUI

**Domeniul de aplicare** al proiectului prevede următoarele:

*„Acest proiect va stabili convergența practicii privind **elementele nedistinctive/slabe al mărcilor în vederea evaluării riscului de confuzie**, presupunând că **produsele și/sau serviciile sunt identice**. În mod concret, acesta va:*

- *defini **mărcile care sunt supuse evaluării caracterului distinctiv**: marca anterioară (și/ sau părți ale acesteia) și/ sau marca ulterioară (și/ sau părți ale acesteia);*
- *stabili **criteriile de evaluare a caracterului distinctiv al mărcii (și/ sau al anumitor părți ale acesteia)**;*
- *stabili **impactul asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune au un caracter slab distinctiv**;*
- *stabili **impactul asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune nu au un caracter distinctiv**.”*

Considerentul 11 din Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci („Directiva”) prevede că aprecierea riscului de confuzie depinde de numeroși factori și că, așa cum s-a afirmat în mod repetat în jurisprudență, acesta trebuie apreciat **la nivel global**, ținându-se cont de toți

factorii pertinenți pentru împrejurările cazului (de exemplu, a se vedea Hotărârile C-251/95 „Sabel” pct. 22 și C-342/97, „Lloyd Schuhfabrik Meyer”, pct. 18).

În Hotărârea C-251/95, „Sabel”, Curtea prevede că:

„aprecierea globală a similitudinii vizuale, auditive sau conceptuale a mărcilor în cauză trebuie să fie întemeiată pe impresia de ansamblu produsă de mărci, ținând seama, în special, de elementele distinctive și dominante ale acestora.”

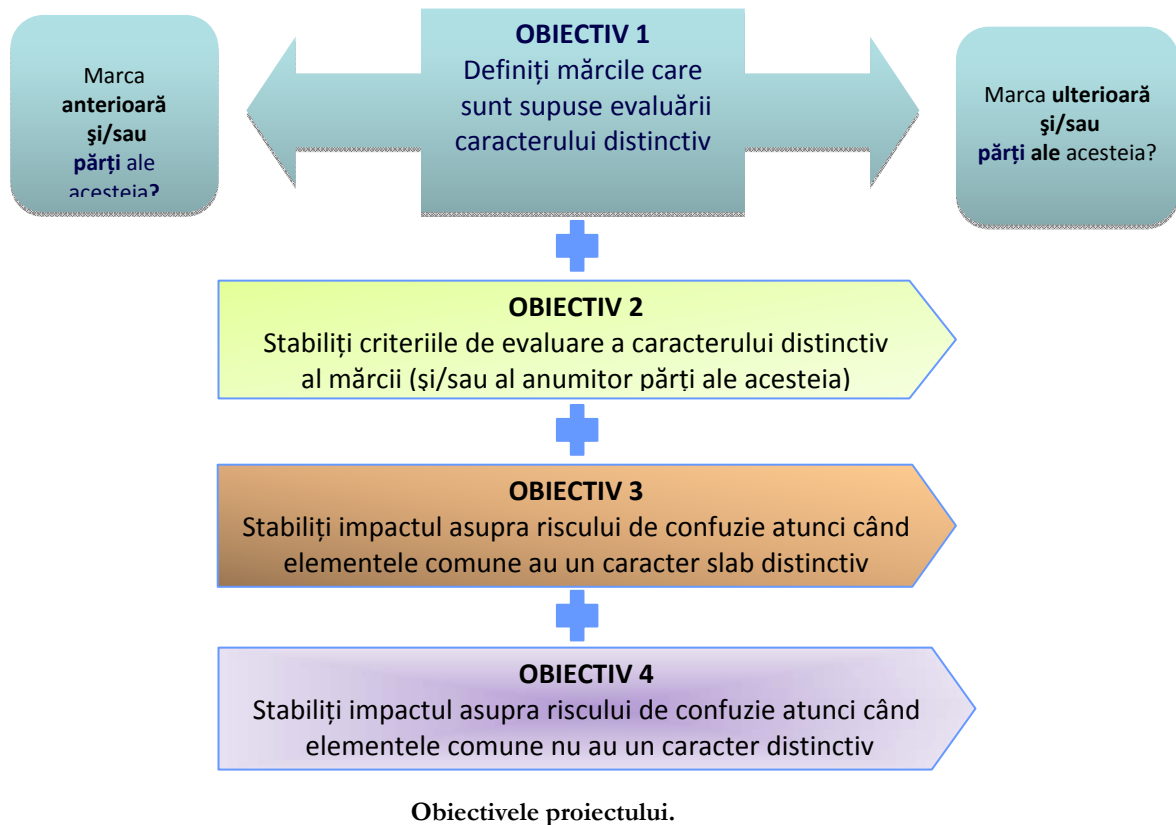
Așa cum s-a menționat deja, proiectul analizează **impactul elementelor nedistinctive/slabe** ale mărcilor în cauză ca fiind unul dintre factorii de luat în considerare la evaluarea riscului de confuzie.

Deși **există mulți factori** care pot avea un impact asupra **aprecierii globale a riscului de confuzie**, precum elementele dominante, gradul de atenție din partea publicului relevant, coexistența, situația pieței, familia de mărci etc., obiectivul acestui proiect nu este de a stabili care sunt toți acești factori, nici criteriile de evaluare a acestora și nici interdependența dintre aceștia. În consecință, proiectul nu abordează evaluarea generală a riscului de confuzie, ci una dintre părțile sale esențiale.

Următoarele aspecte sunt în afara domeniului de aplicare al proiectului:

- *Evaluarea caracterului distinctiv accentuat și/sau a caracterului distinctiv dobândit prin utilizare și/sau renume: în sensul acestui proiect, se presupune că nu există dovezi și/sau revendicări și/sau cunoștințe anterioare legate de faptul că vreuna dintre mărci a obținut prin renumele ei sau are un caracter distinctiv accentuat dobândit prin utilizare.*
- *Acordul asupra factorilor avuți în vedere la evaluarea riscului de confuzie.*
- *Acordul asupra interdependențelor dintre evaluarea caracterului distinctiv și toți ceilalți factori avuți în vedere la evaluarea riscului de confuzie.*
- *Aspecte privind limba: în sensul acestui proiect, se consideră că mărcile care conțin elemente verbale fără caracter distinctiv (sau cu caracter slab distinctiv) în engleză vor fi considerate ca fiind fără caracter distinctiv (sau cu caracter slab distinctiv) în toate limbile și înțelese de oficiile naționale.*

Se pot identifica patru obiective diferite, conform ilustrării din următoarea figură:



Sunt urmate mai multe abordări pentru examinarea riscului de confuzie, în cadrul cărora se poate evalua caracterul distinctiv al elementelor în diferite etape. Indiferent de abordarea aleasă, rezultatul practic privind impactul elementelor nedistinctive/slabe ale mărcilor în cauză va rămâne neafectat.

## 5. PRACTICA COMUNĂ

### 5.1. Evaluarea caracterului distinctiv: marca anterioară și/sau părți ale acesteia, și/sau marca ulterioară și/sau părți ale acesteia (Obiectiv 1)

Când se evaluează riscul de confuzie:

- Se evaluează caracterul distinctiv al mărcii anterioare în ansamblu.

- Se evaluează și caracterul distinctiv al tuturor elementelor mărcii **anterioare** și ale mărcii **ulterioare**, acordând prioritate elementelor care coincid.

Cu toate acestea, când se evaluează caracterul distinctiv al mărcii anterioare în ansamblu, trebuie să se țină cont de faptul că, în conformitate cu Hotărârea Curții C-196/11P, *F1-LIVE*, la evaluarea riscului de confuzie, „validitatea mărcilor înregistrate anterioare nu poate fi pusă în discuție” (pct. 40). Prin urmare, „trebuie **recunoscut un anumit grad de caracter distinctiv** al unei mărci naționale anterioare invocate în susținerea unei opoziții la înregistrarea unei mărci comunitare.” (pct. 47).

## 5.2. Criterii de evaluare a caracterului distinctiv al mărcii (și/sau al anumitor părți ale acesteia) (Obiectiv 2)

La interpretarea dispozițiilor enunțate atât la articolul 4 alineatul (1) litera (b), cât și la articolul 5 alineatul (1) litera (b) din Directivă, Curtea prevede în Hotărârea C-342/97, „Lloyd Schuhfabrik Meyer”, următoarele:

„la stabilirea **caracterului distinctiv al unei mărci** și, prin urmare, **pentru a aprecia dacă aceasta este puternic distinctivă**, instanța națională trebuie să facă o evaluare generală a capacității mai mari sau mai **reduse** a mărcii de a identifica produsele sau serviciile pentru care aceasta a fost înregistrată ca provenind de la o anumită întreprindere și, astfel, **de a distinge produsele sau serviciile** de cele ale altor întreprinderi” (pct. 22).

Prin urmare și datorită capacității **reduse** a unei mărci slabe de a-și îndeplini funcția esențială **în** piață, domeniul de aplicare al protecției sale, date fiind elementele sale nedistinctive (sau cu caracter slab distinctiv), trebuie să fie restrâns.

Când se evaluează caracterul distinctiv al mărcilor sub aspectul motivelor relative, se aplică aceleași criterii care se utilizează pentru stabilirea caracterului distinctiv la motivele absolute. Cu toate acestea, la motivele relative, aceste criterii se utilizează nu numai pentru a stabili dacă se respectă un **grad redus al distinctivității**, ci și pentru a lua în considerare diferitele grade ale caracterului distinctiv.

### 5.3. Impactul asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune au un caracter slab distinctiv (Obiectiv 3).

- Când mărcile au în comun un element cu un caracter slab distinctiv, evaluarea riscului de confuzie se va axa pe impactul elementelor care nu coincid asupra impresiei de ansamblu produsă de mărci. Aceasta va ține cont de similitudinile/diferențele și de caracterul distinctiv al elementelor care nu coincid.
- O coincidență în cazul unui element cu caracter slab distinctiv nu va produce de regulă un risc de confuzie **în sine**.

**Cu toate acestea, poate exista un risc de confuzie dacă:**

- Celelalte elemente au un caracter mai slab (sau la fel de slab) distinctiv sau au un impact vizual ne semnificativ, iar impresia de ansamblu produsă de mărci este similară.



**SAU**


- Impresia de ansamblu produsă de mărci este în mare măsură similară sau identică.

#### Exemple:

\* În sensul acestui proiect, toți ceilalți factori care pot fi relevanți pentru aprecierea globală a riscului de confuzie se consideră că nu afectează rezultatul. De asemenea, se consideră că produsele și serviciile sunt identice.

În toate aceste exemple, elementul/elementele comun(e) este/sunt considerat(e) a avea un caracter slab distinctiv.

Marca anterioară	Marca contestată	Produse/servicii	Rezultat
MORELUX	INLUX	Clasa 44: Saloane de frumusețe	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
DURALUX	VITALUX	Clasa 44: Saloane de frumusețe	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
		Clasa 32: Sucuri	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE

		Clasa 9: Cărți de credit	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
		Clasa 32: Sucuri	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
		Clasa 30: Ceai	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
		Clasa 9: Cărți de credit	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
COSMEGLOW	COSMESHOW	Clasa 3: Cosmetice	RISC DE CONFUZIE
		Clasa 11: Aparate de refrigerare	RISC DE CONFUZIE
		Clasa 43: Servicii de cazare pentru vacanțe	RISC DE CONFUZIE

#### 5.4. Impactul asupra riscului de confuzie atunci când elementele comune nu au un caracter distinctiv (Obiectiv 4).

- Când mărcile au în comun un element fără caracter distinctiv, evaluarea riscului de confuzie se va axa pe impactul elementelor care nu coincid asupra impresiei de ansamblu produsă de mărci. Aceasta va ține cont de similitudinile/diferențele și de caracterul distinctiv al elementelor care nu coincid.
- O coincidență numai în cazul elementelor nedistinctive **nu determină riscul de confuzie.**
- Când mărcile conțin și alte elemente figurative și/sau **verbale** similare, **va exista un risc de confuzie** dacă impresia de ansamblu produsă de mărci este în mare măsură similară sau identică.

**Exemple:**

\* În sensul acestui proiect, toți ceilalți factori care pot fi relevanți pentru aprecierea globală a riscului de confuzie se consideră că nu afectează rezultatul. De asemenea, se consideră că produsele și serviciile sunt identice.

În toate aceste exemple, elementul/elementele comun(e) este/sunt considerat(e) a nu avea un caracter distinctiv.

Marca anterioară	Marca contestată	Produse/servicii	Rezultat
GREENGRO	GREENFLUX	Clasa 19: Materiale de construcții Clasa 37: Servicii de construcții	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
BUILDGRO	BUILDFLUX	Clasa 19: Materiale de construcții Clasa 37: Servicii de construcții	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
	SMARTPHONES.NET	Clasa 9: Telefoane mobile	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
		Clasa 36: Servicii financiare	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
		Clasa 29: Pește	FĂRĂ RISC DE CONFUZIE
CRE-ART	PRE-ART	Clasa 41: Servicii de galerii de artă	RISC DE CONFUZIE
TRADENERGY	TRACENERGY	Clasa 9: Colectoare de energie solară pentru generare de electricitate	RISC DE CONFUZIE
		Clasa 9: Colectoare de energie solară pentru generare de electricitate	RISC DE CONFUZIE





[www.tmdn.org](http://www.tmdn.org)

# Convergența



**Office for Harmonization in the Internal Market**

Avenida de Europa 4,  
E-03008 Alicante, Spain  
Tel +34 96 513 9100  
Fax +34 96 513 1344  
[information@oami.europa.eu](mailto:information@oami.europa.eu)  
[www.oami.europa.eu](http://www.oami.europa.eu)