

Un concept metaforic și traducerea lui: senioritatea mărcii naționale

A Metaphorical Concept and its Translation: Seniority of a National Trademark

Nicoleta Rodica DOMINTE¹, Simona Catrinel AVARVAREI²

Rezumat: În cuprinsul articolului vom cartografia semnificația juridică a conceptului de senioritate a mărcii naționale, enunțat și reglementat de prevederile art. 39 și 40 din Regulamentul (UE) 2017/1001 privind marca Uniunii Europene. În decriptarea sensului vom avea în vedere traducerea juridică a noțiunii prin raportare la traducerea oficială a textului Regulamentul (UE) 2017/1001 în diferite limbi naționale ale statelor membre ale Uniunii Europene. Punctul central va fi reprezentat de valențele metaforice ale conceptului analizat prin prisma traducerii juridice a acestei noțiuni, deoarece metafora științifică îmbracă numeroase concepte juridice. Astfel, vom creiona necesitatea metaforelor și traducerea lor corespunzătoare în limbajul juridic pentru ilustrarea adecvată a unor aspecte juridice.

Cuvinte cheie: senioritate, marcă, anterioritate, traducere.

Abstract: In this article, we will explore the legal meaning of the national brand's seniority concept, as regulated by Articles 39 and 40 of Regulation (EU) 2017/1001 on the European Union trade mark. To clarify its meaning, we will analyse the legal translation of this notion by referring to the official translations of the regulation's text in various national languages of EU member states. The core focus will be the metaphorical nature of this concept, examined through the lens of legal translation, as metaphors play a crucial role in conveying many legal concepts. Accordingly, we will highlight the necessity of metaphors and their translation in the legal language to ensure the accurate representation of certain legal aspects.

Keywords: seniority, trademark, earlier trademark, translation.

¹ Conferențiar univ. dr., Facultatea de Drept, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” Iași, email: nicoleta.dominte@uaic.ro

² Conferențiar univ. dr., Universitatea pentru Științele Vieții „Ion Ionescu de la Brad” din Iași, email: catrinel.avarvarei@iuls.ro

Introducere

Conceptul de senioritate a luat naștere odată cu marca Uniunii Europene, fiind stipulat în chiar primul regulament al mărcii Uniunii Europene, mai precis la art. 34 și 35 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 privind marca comunitară. Senioritatea a fost creată în scopul evitării unor costuri suplimentare pentru titularii mărcilor înregistrate la nivelul Uniunii Europene, care puteau astfel renunța la reînnoirea protecției mărcii la nivel național, cu posibilitatea menținerii dreptului exclusiv de exploatare sub umbrela seniorității³.

Astfel, a intrat în limbajul juridic un concept nou pe care îl vom analiza semantic și metaforic din perspectiva traducerii lui în alte limbi oficiale ale Uniunii Europene odată cu traducerea textului regulamentului sus-amintit. Deși conceptul a fost stipulat inițial în Regulamentul (CE) nr. 40/94 privind marca comunitară, în demersul nostru științific vom avea în vedere prevederile actualului regulament în materie în vigoare, și anume Regulamentul (UE) 2017/1001 privind marca Uniunii Europene⁴.

1. Denumirea conceptului. Formule lingvistice ce vor fi analizate

Cuvântul „senioritate” desemnează un concept prevăzut la art. 39 și 40 din Regulamentul (UE) 2017/1001 privind marca Uniunii Europene, în conținutul expresiei „senioritatea mărcii naționale”. Consultând textul Regulamentul (UE) 2017/1001 tradus în alte limbi naționale ale statelor membre ale Uniunii Europene, am identificat câteva formule lingvistice, pe care le vom analiza în conținutul acestui articol.

Denumire concept	Limba națională
seniority	limba engleză
senioritate	limba română
ancienneté	limba franceză
antigüedad	limba spaniolă
preesistenza	limba italiană
zeitrang	limba germană

³ În acest sens, D. Brodsky, *EUTM seniority post-reform and post-Peek & Cloppenburg*, în *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 15, nr. 7/2020, pp. 554-555.

⁴ Publicat în *J. Of.*, seria L, nr. 154 din data de 16 iunie 2017.

Deși cuvântul „senioritate” nu este consemnat nici în Dicționarul orto-grafic, ortoepic și morfologic al limbii române⁵ și nici în Dicționarul Limbii Române (DA/DLR)⁶, el va dezvolta în hermeneutica juridică un sens apropiat de termenul din limba engleză („seniority”), cu toate că etimologic împarte aceeași origine latină și cu „séniorité”, din limba franceză, termen care însă nu va călători cu același sens în domeniul protecției mărcilor. Observăm astfel că radicalul lingvistic al celor două denumiri este substantivul „senior”, derivat de la particula „sen” a substantivului „senex”, „senis”⁷, care înseamnă „mai vechi, cam bătrân”⁸. În aceeași cheie semantică se încadrează primul sens al substantivului „seniority” din limba engleză⁹. Astfel, se poate concluziona că noțiunea juridică de „senioritate” se suprapune peste sensul termenului „bătrânețe”¹⁰, către care converg și termenii din limbile franceză și spaniolă, și anume „ancienneté”¹¹ și „antigüedad”¹².

În schimb, următorii doi termeni se îndepărtează, în traducerea literală, de sensul enunțat anterior. Este vorba despre „preesistenza” și „zeitrang”, termeni care traduc conceptul în limba italiană, respectiv germană.

În limba italiană, termenul „preesistenza” înseamnă preexistență¹³. Deși acest cuvânt ne poate duce cu gândul la noțiunea de prioritate, consultând textul Regulamentului (UE) 2017/1001 observăm că în limbaj juridic „preexistență” nu este sinonim cu „prioritate”, deoarece la art. 34 din regulament este utilizată expresia „diritto di priorità” pentru a desemna dreptul de prioritate.

În limba germană, în textul art. 39 și 40, termenul „zeitrang” a fost ales ca formulă lingvistică pentru a traduce conceptul de senioritate. Deși sensul literal al noțiunii este de ordine cronologică, în limbaj juridic noțiunea „zeitrang” nu se confundă cu cea de prioritate desemnată prin cuvântul „vorrang”¹⁴; mai mult, titlul art. 34, ce se referă la dreptul de prioritate, este tradus prin „Prioritätsrecht”.

⁵ <https://doom.lingv.ro/cautare/?query=senioritate> (pagina de internet a fost accesată la data de 14 noiembrie 2024).

⁶ În *Dicționarul Limbii Române*, la paginile 712-714, sunt consemnate doar cuvintele „senior”, „senioral”, „seniorat”, „seniorial”, „seniorie”, „seniorită”, dar nu apare nicio mențiune despre senioritate. A se vedea DLR în CLRE: Academia Română, *Dicționarul limbii române [DLR] (1965–2010)*, ediție digitală anastatică în CLRE. Corpus lexicografic românesc electronic, 2022.

⁷ Gh. Guțu, *Dicționar Latin – Român*, ediția a III-a, Ed. Humanitas, București, 2023, p. 1212.

⁸ I. Coteanu, L. Seche, M. Seche (coord.), *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a, Ed. Univers enciclopedic, București, 1998, p. 975.

⁹ „(...) the fact of being older (...)”. Vezi A. S. Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, Oxford, 2010, p. 1391.

¹⁰ Pentru acest aspect, a se vedea analiza distincției dintre *vieux* și *ancien* în A. Pleșu, *Despre inimă și alte eseuri*, Ed. Humanitas, București, 2017, p. 85.

¹¹ N. N. Condeescu, G. Haneș, *Dicționar francez-român*, Ed. Științifică, București, 1967, p. 33.

¹² *Diccionario de la lengua española*, 23rd ed., Real Academia Española, 2025, dle.rae.es/antigüedad (pagina de internet a fost accesată la data de 14 noiembrie 2024).

¹³ N. Facon (coord.), *Dicționar Italian-Român*, Ed. Științifică, București, 1963, p. 595.

¹⁴ https://www.gesetze-im-internet.de/markeng/_6.html (pagina de internet a fost accesată la data de 14 noiembrie 2024).

2. Raportul dintre marca națională anterioară și marca Uniunii Europene

Începem cu o succintă adnotare pentru a explica sintagma „marca națională anterioară”. Dispozițiile art. 39 alin. 1 și ale art. 40 alin. 1 prevăd explicit faptul că se revendică senioritatea unei mărci ce trebuie să întrunească următoarele atribute: să fie națională și anterioară. Atributul naționalității se referă la faptul că marca anterioară trebuie să beneficieze de protecție juridică într-un stat membru al Uniunii Europene, iar atributul anteriorității la faptul că această marcă este înregistrată anterior depunerii cererii pentru marca Uniunii Europene. Prin lectura prevederilor enunțate, identificăm trei categorii de mărci anterioare în raport cu care se poate revendica senioritatea: 1. o marcă înregistrată într-un stat membru al Uniunii Europene; 2. o marcă înregistrată pe teritoriul Benelux și 3. o marcă internațională ce produce efecte într-un stat membru al Uniunii Europene. În consecință, atât marca înregistrată în Benelux, cât și marca internațională reprezintă un fascicul de mărci naționale.

În sintaxa normativă, subiectul acțiunii, care are dreptul de a revendica senioritatea mărcii naționale anterioare, este titularul acesteia. Raportul dintre marca națională anterioară și marca Uniunii Europene reprezintă fundamentul în temeiul căruia se poate revendica senioritatea. În continuare vom puncta aspectele esențiale.

În primul rând, pot fi individualizate două momente temporale în care poate să fie revendicată senioritatea mărcii naționale anterioare: 1. odată cu depunerea cererii de înregistrare a mărcii Uniunii Europene sau după data depunerii cererii, și anume într-un termen de 2 luni (art. 39) și 2. după înregistrarea mărcii UE (art. 40).

În al doilea rând, pentru revendicarea seniorității mărcii naționale anterioare este necesară o triplă identitate¹⁵: 1. titularul mărcii anterioare să fie solicitantul sau titularul mărcii Uniunii Europene; 2. marca națională anterioară să fie identică cu marca Uniunii Europene în privința semnelor din componența lor; 3. marca națională anterioară și marca Uniunii Europene să fie înscrise pentru aceleași clase de produse și/sau servicii.

În al treilea rând, „unicul efect al seniorității este faptul că, atunci când titularul mărcii Uniunii Europene renunță la marca anterioară sau o lasă să se stingă, este considerat ca beneficiind în continuare de aceleași drepturi pe care le-ar fi avut dacă marca anterioară continua să fie înregistrată”, potrivit art. 39 alin. 3. Această prevedere se aplică și în ipoteza revendicării seniorității mărcii anterioare după înregistrarea mărcii Uniunii Europene, în temeiul art. 40 alin. 4. Textul articolului prevede explicit că senioritatea mărcii naționale anterioare ia naștere numai prin expirarea protecției juridice sau prin renunțarea titularului la dreptul său exclusiv de exploatare. Unicul efect al seniorității constă în considerarea recunoașterii protecției juridice, ca și cum marca ar continua să fie înregistrată. Astfel, starea juridică a mărcii naționale anterioare determină nașterea și producerea unicului efect al seniorității. Ilustrăm aceasta în tabelul de mai jos:

¹⁵ Pentru detalii despre tripla identitate necesară pentru revendicarea seniorității, a se vedea D. Brodsky, *op. cit.*, p. 555.

	Starea juridică a mărcii naționale anterioare	Senioritatea
Ipoteza 1	Absența protecției juridice ca urmare a expirării duratei de protecție sau a renunțării titularului	DA
Ipoteza 2	Există protecție juridică	NU

3. Dinspre sensul uzual înspre nuanțele sensului juridic

Purtătoare a unei bogate eredități semantice revendicată din etimonul latin „senex, senis”, noțiunea de „senioritate” păstrează în miezul cel mai adânc al sensului său trimiterea la o persoană în vârstă, respectată și cu autoritate datorită experienței acumulate. Astfel, în textul normativ, conceptul „senioritate” se referă la un obiect, mai precis la o marcă, ce are o anumită vârstă; marca națională anterioară este *bătrână* în comparație cu marca Uniunii Europene¹⁶. În susținerea acestei argumentări, facem referire la traducerea conceptului în limba franceză prin formula lingvistică „ancienneté”, ce reliefează sensul de *bătrân, îmbătrânire*¹⁷; în același spirit, termenul din limba spaniolă „antigüedad” are înțelesul uzual de antichitate, vechime. În consecință, formulele lingvistice enunțate în acest paragraf conturează imaginea unei mărci care a îmbătrânit sau care este matură, deci a unei mărci ce are o anumită vechime a protecției juridice.

În schimb, textele art. 39 și 40 nu impun expres existența unei durate minime de protecție juridică a mărcii naționale. Accentul cade pe noțiunea de anterioritate¹⁸, fapt care atestă preexistența mărcii naționale. Astfel, apreciem că termenii „preesistența” și „zeitrang”¹⁹ desemnează, într-o traducere literală, conceptul juridic de „anterioritate” a mărcii, atât de relevant în revendicarea seniorității. Fără niciun dubiu, termenii „senioritate”, „seniority”, „ancienneté” și „antigüedad”, prin sensurile de „bătrân”, „îmbătrânire”, subînțeleg noțiunea juridică de „anterioritate”, dar par să confere o conotație adițională.

Substantivul „bătrân” are darul de a reflecta „valoarea adăugată pe care o dă unui obiect îndelunga supraviețuire, durata, persistența în timp”²⁰. În cheia

¹⁶ Cuvântul „senex” din limba latină are și următorul sens figurat: „matur, copt”. A se vedea Gh. Guțu, *op. cit.*, p. 1212.

¹⁷ În ceea ce privește distincția dintre *vieux* și *ancien*, a se vedea A. Pleșu, *op. cit.*, p. 85.

¹⁸ A se vedea N. R. Dominte, *Dreptul proprietății intelectuale*, Ed. Solomon, București, 2024, p. 77.

¹⁹ Primul sens al substantivului „zeit” este cel de timp. A se vedea M. Iliescu, Al. Roman, *Dicționar Român-German, German-Român*, Ed. Științifică, București, 1972, p. 644. Astfel, se accentuează aprecierea că noțiunea se referă la anterioritate.

²⁰ *Ibidem*.

semantică a substantivului „bătrân”, obiectul este marca națională anterioară, iar valoarea acesteia constă în distinctivitatea și notorietatea dobândite ca urmare a vechimii utilizării și protecției juridice. Rezultă că formulele lingvistice precum *senioritate*, *seniority*, *ancienneté*, *antigüedad* integrează atât anterioritatea mărcii naționale, cât și aprecierea valorică a maturității acesteia în raport de distinctivitate și notorietate²¹. De fapt, prin revendicarea seniorității mărcii anterioare, titularul dorește să mențină în primul rând valoarea distinctivității, dar și a unei posibile notorietăți a mărcii, dobândită ca efect al *îmbătrânirii*²², mai ales că marca anterioară este antecesoarea mărcii Uniunii Europene în virtutea triplei identități a celor două semne distinctive. Fără a arăta vârsta mărcii naționale anterioare, conceptul de „senioritate” indică starea juridică a mărcii naționale anterioare la momentul înregistrării mărcii Uniunii Europene. Această stare juridică este înscrisă în cererea de înregistrare a mărcii Uniunii Europene fie la data înscrierii, fie după data depunerii cererii.

Dintr-o altă perspectivă, art. 39 alin. 4 din Regulamentul (UE) 2017/1001 prevede următoarele: „Senioritatea revendicată pentru marca UE se stinge atunci când marca anterioară a cărei senioritate a fost revendicată este declarată nulă sau titularul acesteia este decăzut din drepturi. În cazul în care titularul mărcii anterioare este decăzut din drepturi, senioritatea se stinge cu condiția ca decăderea din drepturi să intre în vigoare înainte de data de depunere sau de data de prioritate a mărcii UE.” Textul de lege prevede cele două cauze ce determină stingerea seniorității: 1. nulitatea mărcii anterioare și 2. decăderea din drepturi a titularului în raport cu marca anterioară. Anularea produce efecte *ex tunc*, în timp ce decăderea din drepturi determină efecte *ex nunc*.

În sialul celor enunțate, apreciem că legiuitorul s-a asigurat prin dispozițiile art. 39 alin. 4 că nonvaloarea mărcii anterioare nu va fi recunoscută prin revendicarea seniorității. Rezultă astfel că nulitatea mărcii anterioare și decăderea din drepturi a titularului nu sunt doar cauze de stingere a dreptului exclusiv de exploatare asupra mărcii anterioare, și implicit de stingere a seniorității, ci și mecanisme prin care este sancționată nonvaloarea mărcii anterioare. În consecință, se prezumă valoarea mărcii anterioare sau dovada acestei valori constă în absența activării celor două mecanisme de sancționare a nonvalorii: nulitatea mărcii și decăderea din drepturi a titularului.

Într-un tabel sinoptic, rezumăm termenii și nuanțele sensului juridic. În consecință, primii patru termeni analizați evidențiază clar valențele unei comparații metaforice, în timp ce ultimii doi termeni fac nemijlocit referire la precondiția anteriorității mărcii naționale.

²¹ Cu referire la notorietate și relevanța vechimii mărcii notorii, a se vedea I. Macovei, *Tratat de drept al proprietății intelectuale*, Ed. C. H. Beck, București, 2010, pp. 322-324.

²² Cu sensul figurat din limba latină de *maturitate* sau *coacere*. A se vedea Gh. Guțu, *op. cit.*, p. 1212.

Formula lingvistică	Nuanțe ale sensului juridic
Senioritate	1. Anterioritate; 2. Valoarea mărcii naționale anterioare fundamentată pe îmbătrânirea mărcii sau vechimea utilizării.
Seniority	
Ancienneté	
Antigüedad	
Preesistenza	1. Anterioritate.
Zeitrang	

4. Dimensiunea metaforică. Denotație și conotație

Juriștii au nevoie de comparația metaforică prin care „un cuvânt-imagie înlocuiește cuvântul-obiect”²³. În această paradigmă, cuvântul-obiect este întruchipat de conceptul juridic abstract, iar cuvântul-imagie este termenul „seniority” și traducerea lui în limba română, franceză și spaniolă. Atât adjectivul „bătrân”, cât și substantivul „bătrânețe” se referă la o ființă umană care a ajuns la o vârstă înaintată, atingând din punct de vedere cronologic ultima etapă a vieții. De asemenea, termenii din limba franceză și spaniolă evocă și sensul de vechime, antichitate.

În paradigma transferului metaforic, nu prezintă importanță calificarea ca etapă cronologică a vieții, ci valorizarea bătrâneții. Pornind de la denotația cuvântului-imagie, vom obține conotația juridică a cuvântului-obiect. Dacă denotația se referă la o ființă umană, conotația juridică se referă la o marcă, adică la un bun incorporeal. Dacă denotația arată vârsta înaintată a ființei umane, conotația juridică indică vechimea utilizării mărcii și a protecției juridice. O analiză etimologică reliefează faptul că, dacă sensul cuvântului „vechi” în norvegiana și engleza veche se referă la „ceva bine nutrit, matur, copt”, atunci „îmbătrânirea deschide o poartă spre orizontul vechimii”²⁴, iar „vechiul” ar fi sâmburele ascuns al lumii, sufletul ei (ca *Sophia* gnosticilor, ascunsă în inima Creației)²⁵. Ajungem astfel la dimensiunea filosofică a înțelepciunii pe care o inspiră bătrânețea²⁶. În consecință, rezonanța juridică a conceptului ar trebui să surprindă fructificarea înțelepciunii seniorilor, care în domeniul mărcilor se traduce prin valorizarea a două axe:

²³ Al. Săndulescu (coord.), *Dicționar de termeni literari*, Ed. Academiei Republicii Socialiste România, București, 1976, p. 266.

²⁴ A. Pleșu, *op. cit.*, p. 86.

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ *Ibidem*, p. 87 și urm.

distinctivitatea și notorietatea mărcii. Apreciem că este suficient ca marca anterioară să se remarce în raport cu una din cele două axe. În final reiese că, pornind de la denotație și trecând prin conotația filosofică a termenului, oferim contur valenței juridico-metaforice a conceptului „senioritate”, „seniority”, „ancienneté” și „antigüedad”.

În schimb, termenii „preesistenza” și „zeitrang” par să nu cuprindă conotația juridico-metaforică. Totuși, denotația substantivului „anterioritate” face referire la însușirea de a fi anterior²⁷. Aceasta reprezintă caracteristica noțiunii juridice. Dar însușirea de a fi anterior poate să fie caracteristica unei ființe umane și a unui obiect, bun incorporeal. Anterioritatea denotă o prioritate temporală, ceea ce înseamnă că trăsătura evidențiată este bătrânețea sau vechimea, mai ales dacă în cheie metaforică luăm în considerare calitatea de antecesor a mărcii naționale. Din acest punct se va continua cu paradigma transferului metaforic, enunțat mai sus.

Filosoful spaniol José Ortega y Gasset credea cu tărie că „metafora ne este indispensabilă și pentru a putea gândi anumite obiecte dificile. Metafora este mai mult decât un mijloc al expresiei; ea este un mijloc esențial al cunoașterii”²⁸. Astfel, în dimensiune simbolică, apreciem caracterul evocator al termenilor „senioritate”, „seniority”, „ancienneté” și „antigüedad” și evidențiem faptul că, deși este corectă traducerea juridică prin termenii „preesistenza” și „zeitrang”, aceasta nu reușește să dezvolte și o dimensiune expresivă în conotația sa juridico-metaforică. Or, în absența acestei expresivității, termenii indică concepte juridice de tip obiect care surprind Litera legii, dar nu și Spiritul textului normativ sau partea imaterială a noțiunii. În consecință, termenii „preesistenza” și „zeitrang” nu pot fi calificați drept cuvinte-imagini ale unei comparații metaforice.

5. Concluzii

Ab initio, am precizat că scopul reglementării seniorității a avut darul de a crea un mecanism juridic prin care titularul mărcii Uniunii Europene poate reduce costurile aferente menținerii în vigoare a protecției unei mărci anterioare, fără a pierde drepturile dobândite la nivel național. Fără a analiza modul de funcționare a acestui mecanism, cercetarea noastră a evidențiat valoarea de metaforă științifică, în limbajul juridic, a conceptului desemnat prin cuvântul „senioritate”. În mod cert, conotația metaforică există în raport cu formulele lingvistice apreciate ca fiind evocatoare sau expresive.

Referințe

- Brodsky D., *EUTM seniority post-reform and post-Peek & Cloppenburg*, în *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 15, nr. 7/2020.
- Condeescu N. N., Haneș G., *Dicționar francez-român*, Ed. Științifică, București, 1967.
- Coteanu I., Seche L., Seche M. (coord.), *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a, Ed. Univers Enciclopedic, București, 1998.

²⁷ I. Coteanu, L. Seche, M. Seche (coordonatori), *op. cit.*, p. 44.

²⁸ Citatul este preluat din T. Vianu, *Studii de stilistică*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1968, p. 321.

- DLR în CLRE: Academia Română, *Dicționarul limbii române [DLR] (1965–2010)*, ediție digitală anastatică în CLRE. Corpus lexicografic românesc electronic, 2022.
- Dominte N. R., *Dreptul proprietății intelectuale*, Ed. Solomon, București, 2024.
- Facon N. (coord.), *Dicționar Italian-Român*, Ed. Științifică, București, 1963.
- Guțu Gh., *Dicționar Latin-Român*, ediția a III-a, Ed. Humanitas, București, 2023.
- Iliescu M., Roman Al., *Dicționar Român-German, German-Român*, Ed. Științifică, București, 1972.
- Macovei I., *Tratat de drept al proprietății intelectuale*, Ed. C. H. Beck, București, 2010.
- Pleșu A., *Despre inimă și alte eseuri*, Ed. Humanitas, București, 2017.
- Săndulescu Al. (coord.), *Dicționar de termeni literari*, Ed. Academiei Republicii Socialiste România, București, 1976.
- Vianu T., *Studii de stilistică*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1968.