

# Protecția mărcii: o opțiune sau o necesitate?

Cluj-Napoca, 20 iunie 2011

***Ovidiu Dinescu***

Șef Serviciu Mărci și Indicații Geografice

OFICIUL DE STAT PENTRU INVENȚII ȘI MĂRCI

23 iunie 2011

# Ne propunem să discutăm despre:

Proprietatea industrială - parte componentă a strategiei de dezvoltare a unei companii; importanța protecției proprietății industriale într-o economie concurențială.

Protecția mărcii reprezintă o opțiune sau o necesitate?

Portofoliul de mărci al unei companii.

Corelația între marcă și domeniul de activitate al unei companii.

Posibilități de protecție națională și internațională a mărcilor.

Managementul protecției mărcilor la nivelul companiei

**.....și multe altele.... la sugestia Dumneavoastră!**

## **Drepturi legate de:**

- **Opere literare, artistice și științifice**
  - **prestațiile artiștilor interpreți**
  - **fonograme și transmisiuni radio și tv**
  - **descoperirile științifice**
  - **invențiile din toate domeniile activității umane**
  - **desenele și modelele industriale**
  - **mărcile și indicațiile geografice**
  - **protecția împotriva concurenței neloiale.**
- (Convenția de la Paris, Actul de la Stockholm, 14 iulie 1967)**

Protecția proprietății industriale are ca obiect brevetele de invenție, modelele de utilitate, desenele și modelele industriale, mărcile de fabrică sau de comerț, mărcile de serviciu, numele comercial și indicațiile de proveniență sau denumirile de origine, precum și reprimarea concurenței neloiale. (Convenția de la Paris – 1883)

În România prin Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci pot fi protejate:

- invențiile, modelele de utilitate,
- mărcile și indicațiile geografice,
- desenele și modelele industriale,
- noile soiuri de plante,
- topografiile produselor semiconductoare.

**Proprietatea industrială reprezintă o componentă importantă a strategiei de dezvoltare a companiei, de neînlocuit în mediul concurențial al pieței europene.**

Proprietatea industrială consolidează compania, îi crește prestigiul și cota de imagine.

Proprietatea industrială oferă companiei arme eficiente pentru apărarea împotriva contrafacerii și cucerirea adevăratei exclusivități pe piață.

Proprietatea industrială contribuie la creșterea ratei de rentabilitate a investițiilor și la creșterea profitului companiei.

Proprietatea industrială oferă mijloace adecvate pentru creșterea puterii de negociere.

# Până la urmă, este sau nu nevoie de marcă?

Marca îndeplinește mai multe funcții:

- funcția de identificare,
- funcția de indicare a sursei de proveniență,
- funcția de calitate,
- funcția de publicitate,
- funcția de concurență,
- ....

Pentru a-și atinge scopul o marcă trebuie să trezească interesul consumatorului prin mesajul pe care îl transmite, să fie ușor de reținut, să fie sugestivă, să poată fi utilizată pe diverse piețe.

Pentru a fi înregistrată o marcă trebuie să îndeplinească anumite condiții:

- să fie susceptibilă de reprezentare grafică,
- să fie distinctivă,
- să fie licită,
- să fie disponibilă.

## **Oricine poate deține mărci? Câte?**

În principiu, da. Câte își poate permite.

## **Orice firmă poate deține mărci? Nu depinde de codul CAEN?**

Da. Nu.

## **Ce se înțelege prin portofoliul de mărci al companiei?**

Totalitatea drepturilor legale rezultate din protecția mărcilor!

## **Condițiile de existență:**

“Protecția” mărcii(lor) trebuie să fie o preocupare permanentă în companie, la toate nivelurile.



## O marcă înregistrată se obține în urma unei proceduri în fața Administrației Naționale de Profil(!).

Cererea este cea care declanșează mecanismul pentru obținerea protecției.

Atenție! Primul venit, primul servit!

## Cine întreprinde demersurile pentru înregistrarea mărcii?

Mărcile trebuie să aparțină companiei.

**sau**

Mărcile trebuie să aparțină companiei?

Poziția în/față de companie a persoanei implicate.

În derularea activităților legate de obținerea protecției confidențialitatea trebuie permanent respectată.

**Protecția mărcilor înseamnă bani, bani mulți! De aceea protecția mărcilor trebuie abordată ca o investiție și nu ca o cheltuială.**

Protecția mărcii se obține “la cerere”.

Acest lucru implică(ar trebui) o decizie luată în urma unor evaluări care se fac la nivelul de decizie cel mai înalt dintr-o firmă.

O marcă trebuie înregistrată în ideea creșterii profitului.

**Este nevoie de înregistrarea mărcii(lor) și pe terțe piețe?**

**Cum?**

**Decizie strategică?**

Administrația Națională de Profil – OSIM

Administrația Regională de Profil – OHIM

“Administrația Internațională de Profil” - OMPI

## Diverse ... despre mărci și nu numai!

### Sunt mărcile PERISABILE?

Marketingul este o componentă importantă a strategiei de protecție a mărcii.

Foarte importantă este organizarea protecției mărcii, a PI în general, la nivelul companiei.

### CONTRAFACERE

Nu există contrafacere fără o marcă, fără PI în general!

## Diverse ... despre mărci și nu numai!

# EXCLUSIVITATE PE PIAȚĂ

Importator exclusiv!

Dealer exclusiv!

De ce sunt tentate firmele să-și atribuie această titulatură?

Cât adevăr și cât neadevăr se găsește în spatele acestei titlaturi?

Poate exista întradevăr un “importator exclusiv”? Dar un “dealer exclusiv”?

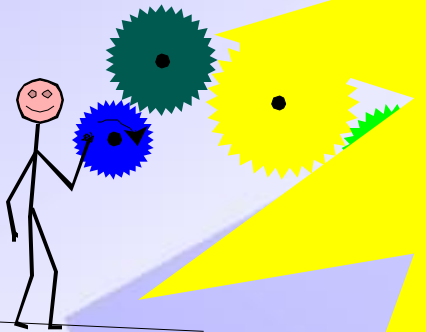
Existența mărcii este esențială,  
fără marcă aproape că nu se  
poate vorbi de...

# FRANCIZĂ

# Numai

# pierderi

Sistem



Solicitant  
sau  
Utilizator

23 iunie 2011

© Ovidiu Manoel Dinescu

**Vă mulțumesc pentru atenție!**

E-mail: [ovidiu.dinescu@osim.ro](mailto:ovidiu.dinescu@osim.ro)