Valorifică Marca

- Respectarea drepturilor
  Titularului unei mărci îi sunt oferite o serie de mijloace eficiente şi reale pentru a asigura faptul că drepturile sale vor fi respectate, iar persoanele ce încalcă drepturile sale – sancţionate. Astfel, titularul unei mărci dispune de următoarele proceduri/mijloace de apărare a drepturilor şi intereselor sale:

  - **civile** - cel mai frecvent utilizate de către titularii de drepturi. Litigiile privind acţiunile de apărare a drepturilor asupra mărcii sunt soluţionate de către judecătoria în a cărei jurisdicţie se află sediul AGEPI, respectiv de către judecătoria Rîşcani, Chişinău;
  - **administrative -** oferă un mecanism rapid pentru sancţionarea persoanelor implicate în utilizarea fără consimţământul titularului a mărcii protejate sau a unui semn care, din cauza identităţii ori similitudinii cu marca înregistrată şi a identităţii ori similitudinii produselor sau serviciilor acoperite de semn şi de marcă, generează riscul de confuzie în percepţia consumatorului, aplicarea semnului pe produse sau pe ambalaje, precum şi utilizarea lui în calitate de ambalaj în cazul mărcilor tridimensionale, oferirea produselor sub acest semn spre comercializare sau comercializarea ori stocarea lor în acest scop, sau, după caz, oferirea ori prestarea serviciilor sub acest semn, importul sau exportul produselor sub acest semn, utilizarea semnului în publicitate, multiplicarea, stocarea sau comercializarea semnului în scopurile menţionate, precum şi îndemnarea terţilor la efectuarea acestor acţiuni;
  - **penale** - oferă posibilitate sancţionării mai aspre, inclusiv şi cu privaţiune de libertate a persoanelor implicate în utilizarea fără consimţământul titularului a mărcii protejate sau a unui semn care, din cauza identităţii ori similitudinii cu marca înregistrată şi a identităţii ori similitudinii produselor sau serviciilor acoperite de semn şi de marcă, generează riscul de confuzie în percepţia consumatorului, aplicarea semnului pe produse sau pe ambalaje, precum şi utilizarea lui în calitate de ambalaj în cazul mărcilor tridimensionale, oferirea produselor sub acest semn spre comercializare sau comercializarea ori stocarea lor în acest scop, sau, după caz, oferirea ori prestarea serviciilor sub acest semn, importul sau exportul produselor sub acest semn, utilizarea semnului în publicitate, multiplicarea, stocarea sau comercializarea semnului în scopurile menţionate, precum şi îndemnarea terţilor la efectuarea acestor acţiuni, care au cauzat daune în proporţii mari (mai > de 50 000 lei);
  - **protecţia la frontieră a drepturilor -** este asigurată de către Serviciul Vamal al Republicii Moldova. Închide

- Transmiterea drepturilor
  Drepturile asupra mărcii pot fi transmise integral sau parţial prin cesiune, contract de licenţă precum şi prin succesiune.

  Marca poate face obiectul unui gaj, al altor drepturi reale, precum şi al unei executări silite. Gajul mărcilor se înregistrează în Registrul garanţiilor reale mobiliare conform prevederilor Legii cu privire la gaj.

  Alte drepturi asupra mărcilor se înregistrează în Registrul naţional al cererilor de înregistrare a mărcilor sau Registrul naţional al mărcilor şi devin opozabile faţă de terţi din momentul înregistrării, iar datele despre aceste drepturi se publică în BOPI.
  Contractele de cesiune, licenţă, gaj şi franchising se înregistrează la AGEPI la solicitarea părţilor contractante. Solicitarea înregistrării unui contract se efectuează prin depunerea unei cereri, care se completează, prin dactilografiere sau imprimare, pe un formular-tip, aprobat de AGEPI, cu excepţia contractului de gaj, a cărui înregistrare se efectuează în baza avizului de înregistrare a gajului.

Modele de contracte:

- Contract de cesiune [1] (marcă) modelul actual
- Contract de cesiune [2] (cerere de înregistrare a mărcii) modelul actual
- Contract de licenta exclusiva [3] modelul actual
- Contract de licenta neexclusiva [4] modelul actual
- Contract de gaj [5] modelul actual

Închide

- Evaluarea Mărcii

În economia de piaţă, evaluarea este o condiţie imanentă a încadrării proprietăţii intelectuale în circuitul economic. Oportunitatea evaluării PI derivă din faptul că aceasta în ultimele decenii s-a transformat într-un sector decisiv al creșterii economice și segment extrem de important al pieţelor naţionale şi mondiale.

Necesitatea evaluării proprietăţii intelectuale se manifestă într-o diversitate impresionantă de scopuri în care, de obicei, se utilizează rezultatele ei. Acestea provin din activitatea economică curentă de eficientizare a utilizării resurselor intelectuale şi se divizează în două categorii: *cauzate de necesitatea raportării financiare şi menite să faciliteze încorporarea proprietăţii intelectuale în circuitul economic*. Vom menţiona cele mai importante scopuri ale evaluării proprietăţii intelectuale:

- comercializarea OPI prin intermediul modalităţilor de cesiune şi licenţiere, dar şi în cadrul înstrăinării businessului *in corpore*;
- integrarea OPI în circuitul economic în cadrul întreprinderii-titular şi gestionarea acestora în condiţiile şi prin instrumentele economiei de piaţă;
- determinarea eficienţei proiectelor investiţionale în cadrul cărora sunt încorporate OPI;
- includerea OPI în capitalurile sociale ale societăţilor comerciale cu stabilirea cotelor patrimoniale echivalente valorii obiectelor respective;
- evidenţa contabilă a OPI cu încadrarea valorii acestora în bilanţurile contabile ale societăţilor comerciale;
- stabilirea cotelor de impozitare a venitului provenit din proprietatea intelectuală în calitate de elemente patrimoniale sau surse de venit supuse impozitării;
- estimarea cuantumului prejudiciilor cauzate de utilizarea ilicită a OPI;
- utilizarea proprietăţii intelectuale în calitate de garanţie în cazul gajării în vederea obţinerii unor credite bancare;
- asigurarea OPI sau a patrimoniului ce include asemenea obiecte;
- fuziunea, divizarea, separarea, lichidarea, falimentarea, reorganizarea întreprinderilor ce dispun de portofolii de OPI;
- privatizarea întreprinderilor deţinătoare de brevete de invenţie, mărci şi alte OPI.

Evaluarea proprietăţii intelectuale operează cu mai multe tipuri de valoare, dintre care cele mai frecvent utilizate sunt: valoarea de bilanţ; valoarea iniţială; valoarea de piaţă; valoarea investiţională; valoarea de lichidare; valoarea de asigurare; valoarea fiscală; valoarea de înlocuire; valoarea reproducerii obiectului supus evaluării; valoarea contractuală. Multiplicitatea scopurilor evaluării şi a tipurilor de obiecte ale proprietăţii intelectuale, în mare măsură, determină diversitatea tipurilor de valoare. Printre cele mai frecvent utilizate dintre acestea se numără valoarea de bilanţ şi cea de piaţă.

Metodele evaluării proprietăţii intelectuale reprezintă o diversitate extrem de largă a expresiilor concrete ale modalităţilor şi tehnicilor de calcul ce se aplică în practica de evaluare. Cele mai frecvente metode de evaluare a PI utilizate în practica de evaluare şi reflectate în literatura de specialitate sunt:

- *Metoda costurilor creării* constă în însumarea tuturor cheltuielilor istorice privind crearea, protecţia, promovarea, implementarea, soluţionarea litigiilor aferente obiectului supus evaluării pentru toată perioada anterioară evaluării cu actualizarea acestora la data evaluării. Include costurile salariale, amortizarea, consumurile de materii prime, de construcţie a prototipurilor, testării, certificării, taxele de protecţie,

lansare, reclamă, cheltuieli generale de administrare etc. Metoda se aplică în lipsa informaţiilor privind costurile comparative şi efectele aplicării ulterioare a obiectului.

- *Metoda restaurării costurilor* presupune însumarea costurilor efective necesare creării unui activ similar (copiei) celui evaluat. De regulă, se aplică în lipsa unei evidenţe adecvate a costurilor aferente creării.
- *Metoda costurilor de înlocuire* ia în consideraţie cheltuielile creării unui activ cu o utilitate similară sau apropiată de cea a activului supus evaluării. Se aplică în achiziţionarea unor active imateriale, preţul cărora nu trebuie să depăşească valoarea obiectului analog.
- *Metoda analizei comparative a vânzărilor* se întemeiază pe selectarea unor tranzacţii cu obiecte asemănătoare, efectuate în condiţii de transparenţă, ce dispun de aceeaşi utilitate prin confruntarea proprietăţilor acestora cu cele ale obiectului ce urmează a fi evaluat. Foarte important în acest caz este alegerea unor parametri de comparaţie veridici şi a ponderii corecte a fiecăruia în valoarea obiectelor.
- *Metoda scutirii de redevenţe* pleacă de la premisa că întreprinderea ce cumpără un activ ar fi scutită de achitarea plăţii pentru licenţierea unui obiect similar.
- *Metoda profitului suplimentar* ia în calcul profiturile generate de aplicarea obiectului supus evaluării.

Preferinţele de selectare a metodelor ce se propun a fi aplicate în evaluarea unui obiect concret al proprietăţii intelectuale sunt diferite, în funcţie de scopurile evaluării şi informaţiile de ordin tehnologic şi economic disponibile referitor la elaborarea şi valorificarea obiectului în cauză.

Închide

URL sursă: https://www.agepi.md/ro/trademarks/valorific%C4%83-marca