19.02.2008 События

In perioada 5-10 februarie curent la CIE „Moldexpo” s-a desfasurat Expozitia Nationala „Fabricat in Moldova”, editia a VII-a, organizata de Camera de Comert si Industrie si Asociatia Nationala a Producatorilor, sub patronatul Guvernului Republicii Moldova. Genericul expozitiei „Marca moldoveana – calitate europeana” denota aspiratiile producatorilor moldoveni de a-si vedea marfurile promovate pe pietele din Uniunea Europeana.

Scopul expozitiei este de a contribui la realizarea Programului de activitate a Guvernului pe anii 2005 - 2009 „Modernizarea tarii - bunastarea poporului", Strategiei de Atragere a Investitiilor si Promovare a Exporturilor, Programului National „Satul moldovenesc", Planului de Actiuni Republica Moldova - Uniunea Europeana, precum si la crearea conditiilor favorabile pentru sustinerea producatorului autohton, dezvoltarea competitivitatii produsului autohton si promovarii imaginii Republicii Moldova. La Expozitie au fost invitate intreprinderi si organizatii din toate ramurile economiei republicii, precum si comunitatea de afaceri de peste hotare. Astfel, forul a intrunit 343 de companii din 32 de raioane ale republicii, care si-au expus produsele si serviciile pe o suprafata de 2000 metri patrati, de doua ori mai mare in comparatie cu anul trecut. La ceremonia de inaugurare au fost prezenti Presedintele tarii **Vladimir Voronin**, Prim-ministrul **Vasile Tarlev**, demnitari de stat, diplomati si oaspeti ai capitalei.

Gheorghe Cucu, presedintele CCI, a mentionat in cuvintul de salut ca al saptelea an consecutiv „Fabricat in Moldova” este un adevarat eveniment national si cea mai importanta expozitie a anului. Pe parcursul acestei perioade, forumul a devenit un instrument eficient de promovare a marfurilor si serviciilor autohtone, contribuind la crearea conditiilor favorabile pentru sustinerea producatorilor autohtoni, dezvoltarea competitivitatii produselor, precum si a exportului de marfuri si servicii. Presedintele CCI a accentuat ca expozitia va constitui un impuls pentru dezvoltarea de mai departe a pietei moldovenesti.

Vizitand expozitia, Premierul **Vasile Tarlev** a remarcat ca „Fabricat in Moldova” este unica expozitie patronata de Guvern in scopul promovarii producatorului autohton, in special, si a economiei nationale, in general. Expozitia este spatiul de prezentare a unor istorii de succes ale intreprinderilor care au reusit sa se pozitioneze stabil pe anumite segmente ale economiei, a precizat sursa citata. Toate acestea sunt menite sa contribuie la edificarea unei Moldove moderne, care tinde spre integrarea in Uniunea Europeana intr-un parteneriat egal si eficient.

In cadrul programului aditional al Expozitiei au fost organizate 2 conferinte, 3 seminare, 7 mese rotunde, dedicate diferitor probleme privind activitatea antreprenoriala.

Agentia de Stat pentru Proprietatea Intelectuala (AGEPI) a participat cu un stand informational referitor la sistemul national de proprietate intelectuala, acordand participantilor consultanta calificata privind modalitatile de protectie a OPI in tara si peste hotare. Vizitatorii au avut posibilitatea sa se familiarizeze cu functionarea bazelor de date „Marci”, „Desene si modele industriale”, „Inventii si modele de utilitate”, „Rezultate stiintifice”. De asemenea, in cadrul programului manifestarilor de afaceri, AGEPI, de comun acord cu alte institutii publice, a organizat masa rotunda **„Aspecte privind protectia desenelor si modelelor industriale in Republica Moldova”** si seminarul national **„Marca si rolul ei in promovarea produselor si serviciilor autohtone”**. La manifestarile in cauza au participat reprezentanti ai cercurilor de afaceri, specialisti ai ministerelor, colaboratori ai institutiilor ASM si studenti.

In cadrul mesei rotunde accentul a fost pus nemijlocit pe definirea noilor prevederi din Legea privind protectia desenelor/modelelor industriale, adoptata pe 12 iulie 2007 de catre Parlamentul Republicii Moldova si intrata in vigoare pe 1 decembrie 2007.

Elaborarea unei noi redactii a acestei Legi a fost conditionata de necesitatea racordarii normelor de asigurare a protectiei desenelor si modelelor industriale la standardele Uniunii Europene, prevazute in Planul de Actiuni RM–UE, aprobat prin Hotararea Guvernului nr. 356 din 22 aprilie 2005.

La masa rotunda au fost prezentate urmatoarele comunicari:

1. Noile prevederi ale legislatiei nationale in domeniul protectiei desenelor si modelelor industriale in contextul armonizarii cu acquis-ul comunitar.
   Raportor: Simion Levitchi, director-adjuct al Departamentului marci, modele si desene industriale, AGEPI.
2. Aspecte practice privind inregistrarea desenelor si modelelor industriale [1].
   Raportor: Alexandru Saitan, expert principal, Sectia modele si desene industriale, AGEPI.
3. Respectarea drepturilor asupra desenelor si modelelor industriale in conformitate cu legislatia nationala si europeana.
   Raportor: Liviu Sibov, jurist principal, Sectia legislatie, AGEPI.

„Marca comerciala – modalitate de protejare pe piata interna si internationala” - acesta a fost titlul comunicarii prezentate de Violeta Jalba, sefa Sectiei marci internationale, AGEPI, in cadrul mesei rotunde **„Investitii in brand – cheia succesului in vanzari. Experienta conlucrarii cu producatorii autohtoni de confectii”**, actiune inclusa in programul expozitiei „Fabricat in Moldova – 2008”. Organizatorii intrunirii au fost Proiectul Cresterea Competitivitatii si Dezvoltarea Intreprinderilor (CEED), finantat de Agentia Statelor Unite pentru Dezvoltare Internationala (USAID) si Camera de Comert si Industrie. Asistenta a fost informata despre notiunile de baza ale legislatiei de profil si beneficiile juridice/economice asigurate de inregistrarea marcilor existente sau in curs de elaborare. Conform statisticii AGEPI, actualmente exista 15 865 titulari (nationali si straini) ai certificatelor de inregistrare a marcii. Intrucat reuniunea a fost organizata pentru producatorii autohtoni de confectii, s-au adus informatii detaliate vizand acest sector al economiei nationale. In special, s-a atras atentia la modalitatile de inregistrare a marcilor respective prin procedura nationala si internationala, repartizarea pe clase a confectiilor textile, ponderea inregistrarilor internationale in RM in industria textila, ponderea marcilor internationale in industria textila avand ca tara desemnata RM s.a.

Marina Djafarova, consultant independent al Proiectului CEED, a prezentat comunicarea „Brandul – avantaj competitiv principal intr-un mediu concurential acerb”, fiind examinat rebrandingul marcii moldovenesti Ravetti. Deoarece obiectivul proiectului CEED este sporirea competitivitatii intreprinderilor moldovenesti pe piata internationala prin promovarea practicilor performante de management, consultantii acestuia acorda asistenta multilaterala celor peste 20 de beneficiari ai proiectului. Proiectul, de asemenea, faciliteaza accesul la finantare, ceea ce permite intreprinderilor sa faca investitii, sa-si mareasca mijloacele circulante si sa-si extinda activitatea. Marina Djafarova a amintit asistentei ca brandul isi asuma rolul de garant al calitatii si, in anumite cazuri, valoarea lui poate atinge 80% din valoarea de piata a companiei, deci capitalizarea companiei se poate ridica cu 40% datorita implementarii cu succes a unui brand nou. In cazul firmei Ravetti s-a pus accentul pe determinarea grupului – tinta, politica de produs, politica de preturi, distributie, promovare.

Opinia privind rezultatele rebrandingului marcii Ravetti si-a expus-o Olga Ceban, proprietara si managerul intreprinderii nominalizate. „Participarea in proiectul CEED a fost o experienta pozitiva, care a oferit lectii valoroase de marketing”, a remarcat ea. Potrivit estimarilor, in rezultatul implementarii rebrandingului, cresterea volumului de vanzari a constituit 44%, iar preturile articolelor din colectie au devenit cu 50% mai mari, avantajele economice fiind evidente.

Pe 7 februarie, la Palatul Republicii, AGEPI a organizat **seminarul national „Marca si rolul ei in promovarea produselor si serviciilor autohtone”**. Seminarul a avut drept scop sensibilizarea agentilor economici privind necesitatea protectiei eficiente a mijloacelor de individualizare a produselor si serviciilor. Produsele de succes devin adeseori o tentatie de imitare, falsuri si contrafaceri de catre multi producatori din ramura, in scopul unor vanzari mai rapide. Pentru a se opune acestor acte de concurenta neloiala, intreprinderile trebuie sa-si inregistreze numele, marca si semnele comerciale. Marcile inregistrate sunt o proprietate, valoarea carora poate fi cu mult mai mare decat valoarea altor bunuri materiale ale intreprinderii.

Dorian CHIROSCA, directorul general al AGEPI, a subliniat la deschiderea manifestarii ca expozitiile de o asemenea anvergura sunt un bun prilej de a familiariza agentii economici cu notiunile de

„marci” si „branduri”, cu aspectele juridice de depunere a cererilor si inregistrare a marcilor. E de mentionat faptul ca pe 8 februarie curent noul Proiect al Legii privind marcile si denumirile de origine a produselor a fost adoptat de Legislativ, in prima lectura. Pana acum acest domeniu era reglementat de legea privind marcile si denumirile de origine a produselor, adoptata in 1995. Deoarece erau necesare prea multe modificari, s-a decis elaborarea unui nou proiect, care, de altfel, era prevazut si de Planul de actiuni RM-UE.

La lucrarile seminarului specialistii AGEPI au prezentate 5 comunicari:

1. Rolul marcii in economia de piata
   Raportor: Iurie Badir, sef Directie economie si finante, AGEPI
2. Procedura de protectie a marcilor de produse si servicii la nivel national
   Raportor: Natalia Mogol, sef Sectie marci nationale, AGEPI
3. Protectia marcilor de produse si servicii pe cale internationala
   Raportor: Violeta Jalba, sef Sectie marci internationale, AGEPI
4. Interferenta dintre marca si alte obiecte de proprietate intelectuala
   Raportor: Simion Levitchi, director-adjunct Departament marci, modele si desene industriale, AGEPI
5. Asigurarea drepturilor de proprietate asupra marcilor comerciale, posibilitatile de protectie si riscurile existente
   Raportor: Andrei Moisei, director Departament juridic, AGEPI.

In final, pe 8 februarie curent, a avut loc ceremonia oficiala de decernare a Premiului de Stat pentru realizari in domeniul calitatii pentru anul 2007, precum si a distinctiilor invingatorilor concursului **„Marca comerciala a anului 2007”** si titlului **„Cel mai bun contribuabil al anului 2007”**. Pentru participare la Concursul „Cel mai bun contribuabil al anului” au fost prezentate circa 180 de cereri din partea agentilor economici, pentru „Marca comerciala a anului 2007” – 75 de cereri, iar pentru „Premiul de stat in domeniul calitatii” pretind 50 de agenti economici.

Castigatoare ale concursului „Marca comerciala a anului 2007" au fost desemnate societatile **„Sudzucker Moldova”, „Giuvaier”, „Moldoagroproduct”, „Aroma”, „Dionysos-Mereni”, „Investprivatbank”, „Posta Moldovei”, „Barza Alba”, „Alfa Nistru”, Zona Economica Libera „Ungheni-Business”, Intreprinderea de Stat „Registru” s.a.** Acestea, precum si alte branduri urmeaza sa fie incluse in catalogul oficial „Cele mai notorii marci comerciale”.

Organizatorii concursului „Marca comerciala a anului”, Camera de Comert si Industrie si Agentia de Stat pentru Proprietatea Intelectuala, s-au convins: concursul contribuie la dezvoltarea antreprenoriatului in Republica Moldova, la popularizarea marcilor comerciale nationale si la imbunatatirea nivelului de incredere a consumatorilor in produsele autohtone. Potrivit estimarilor organizatorilor, in cadrul expozitiei au fost semnate 70 de contracte de colaborare si protocoale de intentii. Expozitia a fost vizitata de peste 44 mii de persoane, fiind comercializate produse autohtone in valoare de cca 10 mil. de lei (772 mii USD).

Источник: https://www.agepi.md/ru/node/4696