

Rolul proprietății intelectuale în promovarea produselor și dezvoltarea unui brand de succes

Andrei Moisei

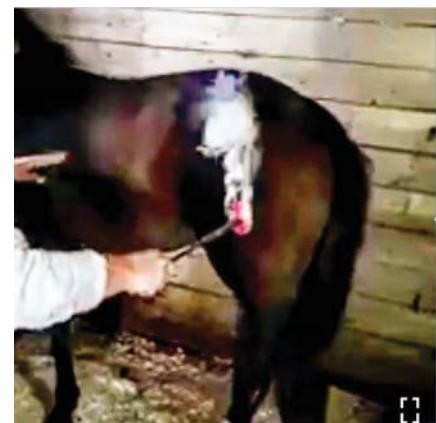
Telefon: 0691 59 670

E-mail: Andrei.Moisei@agepi.gov.md

www.agepi.gov.md

Wikipedia

- Cuvântul "brand" provine din vechiul norvegian "brande", care se traduce prin "arde, foc". Acesta era numele mărcii - semnului cu care proprietarii își marcau animalele.
- Este necesar să se facă distincția între abordările legale și psihologice pentru înțelegerea acestei noțiuni.
- - Din punct de vedere legal, este considerată ca fiind o marca care denotă producătorul sau produsul și care face obiectul protecției legale.
- - Din punct de vedere al psihologiei consumatorilor, vorbim despre brand ca informații complexe stocate în memoria consumatorilor de reprezentări, opinii, asociații, emoții, caracteristici valorice despre un produs.



Coca-Cola



Pegas

www.agepi.gov.md



www.agepi.gov.md

Diferențe?

Republica Moldova



Portugalia



www.agepi.gov.md

Aspectul exterior



Упаковка в сетку

www.agepi.gov.md



www.agepi.gov.md

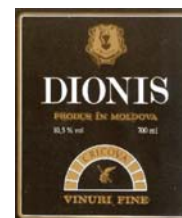
Cum promovăm un produs?

- DELICIOS
- SĂNĂTOS
- GUSTOS
- DE CASĂ
- CALITATEA PERFECTĂ



Ce este marcă?

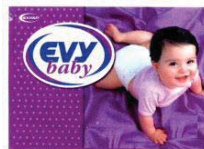
marcă – orice semn (vizual, sonor, olfactiv, tactil) care servește la individualizarea și deosebirea produselor și/sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele ale altor persoane fizice sau juridice



AURIS

Bucuria;

METEORIT



Funcțiile mărcii

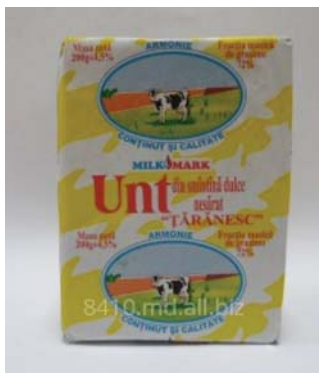
- Funcția de diferențiere
- Funcția de concurență
- Funcția de garanție a calității
- Funcția de organizare a pieței
- Funcția de monopol
- Funcția de reclamă
- Funcția de protecție a consumatorului



www.agepi.gov.md

Funcția de protecție a consumatorului

funcția de protecție a consumatorului vine din garanția provenienței și nu are decât o semnificație, și anume că pentru consumator, aceeași proveniență presupune o calitate constantă. Această funcție nu are o conotație juridică.



www.agepi.gov.md

Trei din patru persoane care nu analizează eticheta produsului sunt bărbați. 45% au vârsta de peste 50 de ani și mai mult de jumătate sunt din mediul rural. În acest grup se evidențiază și o cotă (41%) de persoane cu venituri mai mici de 3000 de lei lunar – există probabilitate că aceste persoane cumpără alimentele de la piață, direct la kilogram sau le cresc singuri în gospodărie.

O treime dintre participanții la sondaj au spus că analizează etichetele la toate produsele însă doar 27% dintre aceștia au afirmat că au încredere în informația de pe ambalaje în totalitate sau într-o oarecare măsură.

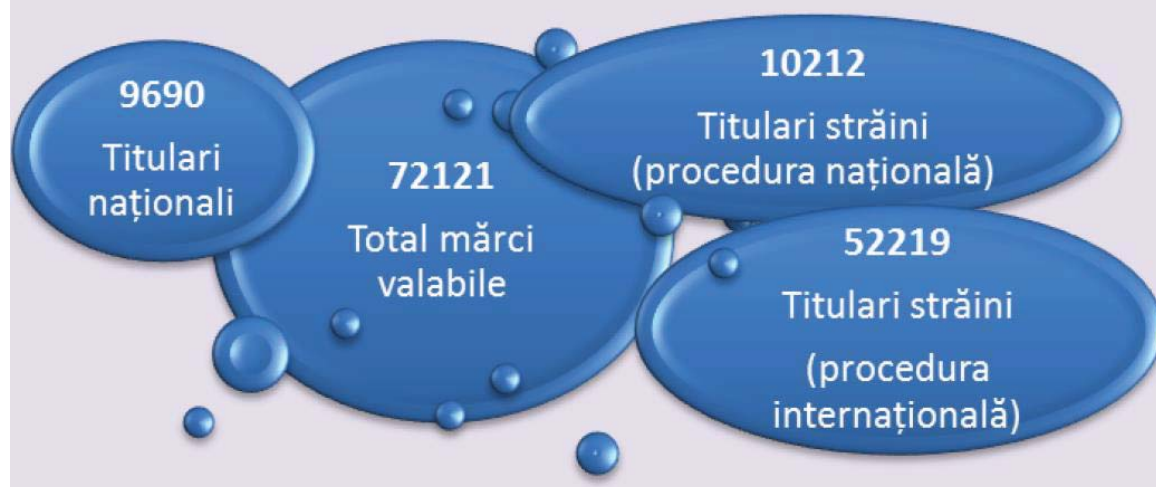


În general, femeile, persoanele tinere și cele cu venituri lunare mai mari sunt mai atente la ce cumpără. Jumătate dintre femeile care au participat sondaj au spus că analizează ambalajul la toate sau la majoritatea produselor. 45% dintre acei cu vârsta de 26-30 de ani analizează eticheta la toate produsele.

Persoanele cu venituri de 5000-7000 de lei lunar sunt mai atente la cumpărături, iar persoanele cu venituri mai mari de 7000 de lei atrag atenția la etichete într-o proporție mai mică



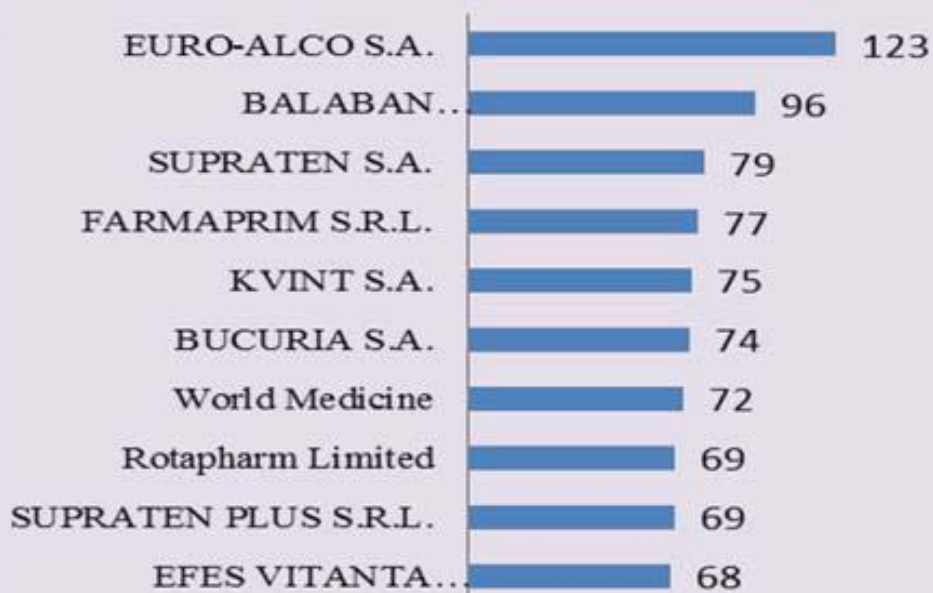
Mărci valabile pe teritoriul Republicii Moldova la 31.12.2018



Top 10 țări de origine ale titularilor mărcilor valabile pe teritoriul Republicii Moldova la 31.12.2018

Țara de origine	Procedura națională		Procedura internațională		Total	
	Mărci valabile	Clase CIPS incluse	Mărci valabile	Clase CIPS incluse	Mărci valabile	Clase CIPS incluse
Republica Moldova	9690	22482			9690	22482
Germania	510	1104	7365	26528	7875	27632
Elveția	787	1184	4838	14259	5625	15443
Statele Unite ale Americii	3605	6698	1808	3086	5413	9784
Federația Rusă	396	1088	4552	14661	4948	15749
Italia	115	207	4352	13907	4467	14114
Franța	245	468	4156	12638	4401	13106
Benelux			2954	7704	2954	7704
China	131	207	2212	3700	2343	3907
Turcia	141	257	1938	4120	2079	4377

Top 10 titulari naționali cu cele mai mari portofolii de mărci valabile în RM la 31.12.2018



DMI valabile pe teritoriul Republicii Moldova la 31.12.2018



Originea înregistrărilor valabile pe teritoriul RM la 31.12.2018 și numărul de DMI cuprinse în ele

Țara de origine	Înregistrări
Elveția	1499
Republica Moldova	425
Germania	325
Franța	245
Italia	140
Statele Unite ale Americii	55
Turcia	54
Bulgaria	36
Olanda	29
Polonia	28
Japonia	27
Ucraina	23

Țara de origine	Înregistrări
Regatul Unit al Marii Britanii	19
Spania	18
Luxemburg	17
Austria	15
Republica Cehă	15
Grecia	15
Federația Rusă	14
Belgia	13
Korea	10
Romania	10
Alte 25 țări	77
Total valabile	3109



INDICAȚIE GEOGRAFICĂ PROTEJATĂ



Cele cinci firme care au dreptul să producă Salamul de Sibiu sunt **Agricola Bacău, Aldis, H&E Reinert, Salsi și Scandia România.**



Magiunul de prune de Topoloveni, Romania

- Magiunul de prune de Topoloveni a fost recunoscut ca Indicație Geografică Protejată (IGP) la nivel european din 8 aprilie 2011. Urmare acestui fapt au fost deschise noi piețe: Elveția, Rusia, Norvegia, SUA, Orientul Mijlociu, Coreea de Sud etc.



Oignon doux des Cévennes, Franța

Din momentul recunoașterii DOP Cevennes oamenii au încetat să mai plece din comunele specializate în creșterea cepei, iar pământurile din zonă s-au scumpit considerabil



Denumiri uzuale/generice

- Doctorscaia
- Malocinaia
- Safalade
- Crenvurști
- Mascovscaia
- Servilat
- etc.



27.11.2019

www.agepi.gov.md

21

Informații generale despre AGEPI

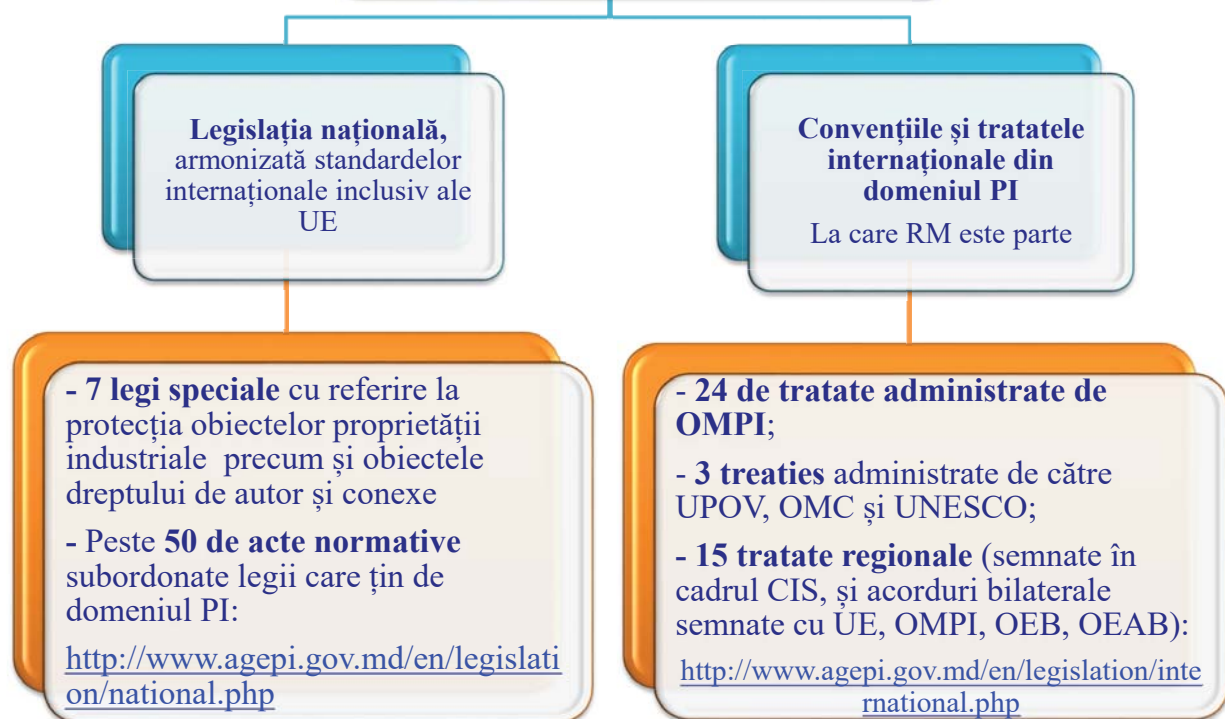
- Data fondării– **8 septembrie 1992**
- AGEPI este instituție publică subordonată Guvernului
- Directorul General este numit de către Guvern
- La nivel internațional - AGEPI reprezintă Republica Moldova în Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale, în alte organizații internaționale, regionale și interstatale



www.agepi.gov.md

22

Cadrul normativ actual din domeniul PI în RM este constituit din:



www.agepi.gov.md

Facilități acordate diferitor categorii de titulari la achitarea taxelor

	Invenții	Mărci	DMI
IMM	85 %	50 %	65 %
Organizații din sfera științei și inovării	95 %	-	-
Persoane fizice	95 % (autor)	50 %	85 % (autor)



Împreună transformăm ideile în business!

Întrebări?

www.agepi.gov.md