

Cum să-ți protejezi afacerea și ideile de afaceri MARCA INREGISTRATĂ ®

de Cristina Adriana SÎRBU – Avocat specializat în
drepturi de proprietate intelectuală
C.E.O. KEYGROUP
cristina.sirbu@keygroup.ro



Foto: Octavian Untiță

Cu siguranță ați auzit deseori vorbindu-se despre noțiunea de „proprietate intelectuală”, mai ales având în vedere mediul de afaceri înconjurător, dezvoltarea concurenței și principiile comerciale de largă aplicabilitate. Însă răspunsurile la întrebări de genul: „Ce reprezintă de fapt proprietatea intelectuală?”, „Cum mă poate apăra un drept de proprietate intelectuală recunoscut?”, „Ce beneficii am în calitate de titular de drepturi?”, „La ce riscuri supun compania dacă nu am afacerea protejată?” sunt poate mai puțin înțelese sau explicate în mod concret, de către sursele de informație înconjurătoare.

De aceea ne-am propus să explicăm pe înțelesul tuturor care sunt de fapt elementele de bază pe care orice persoană fizică sau entitate juridică ar fi oportun să le cunoască despre acest domeniu. O informație corectă este vitală pentru a înțelege noțiunile și pentru a stabili astfel o adevărată strategie de proprietate intelectuală, care poate preveni o serie de probleme apărute în mod curent în activitatea comercială.

În acest număr al revistei vom prezenta câteva aspecte relevante despre Marca Înregistrată, ca activ necorporal esențial al oricărei activități comerciale.

Ce reprezintă de fapt o MARCĂ? Marca reprezintă, în accepțiunea legiuitorului român, un semn susceptibil de reprezentare

grafică, capabil să asigure **diferențierea dintre produsele sau serviciile unor întreprinderi, de cele aparținând altor întreprinderi.** Cu alte cuvinte, este însemnul (sigla, denumirea, imaginea, simbolul) sub care vă comercializați produsele și/sau serviciile afacerii, constituind în fapt elementul care exercită o presiune extrem de puternică asupra pieței și determină indirect succesul sau eșecul afacerii în ansamblu.

Nu de puține ori, alegerea consumatorului se definește în funcție de marcă: cumpărăm un produs Marca A, apelăm la serviciile firmei B, recunoaștem un simbol pe care îl vedem, ca aparținând firmei C. Alegem sau identificăm „o marcă” pentru că ne inspiră încredere, și-a dovedit calitatea produselor/serviciilor, a investit în imagine, a demonstrat interes pentru nevoile reale ale consumatorilor, definindu-și în timp poziția pe piața de profil.

Ce se poate proteja ca Marcă? Legea enumeră câteva elemente specifice care **pot constitui marcă**: cuvinte, inclusiv nume de persoane, desene, litere, cifre, elemente figurative, forme tridimensionale, forma produsului sau a ambalajului, combinații de culori, holograme, semnale sonore, **precum și orice combinație a acestora.** Condițiile de bază sunt ca aceste semne să fie susceptibile de reprezentare grafică și să aibă capacitatea de a distinge între produse/servicii, respectiv între comercianți.

Este important de reținut că **nu orice semn care se depune la O.S.I.M. se bucură automat de protecție.** Marca trebuie să îndeplinească anumite criterii stabilite de legiuitor, pentru a fi capabilă să-și îndeplinească funcțiile. Ca să îndepliniți în mod corect toate cerințele, astfel încât marca să nu fie respinsă de la protecție și implicit să pierdeți banii investiți, este indicat să apelați la consiliere de specialitate.

Care sunt funcțiile de bază ale Mărcii? Funcțiile de bază ale mărcii sunt, în principal, de diferențiere a comercianților între ei și de protecție a afacerii proprii. Totuși, dată fiind natura complexă a relațiilor comerciale din mediul concurențial, acestea se completează cu alte funcții și beneficii interconectate: reprezintă o **garanție a calității** serviciilor/produselor pe care le oferiți, fiind direct legată de **reputația și imaginea** firmei, de **marketingul și dezvoltarea afacerii, de creșterea vânzărilor, de exploatare economică** a imaginii, de fapt de **întregul mecanism economic care face o afacere să fie de succes.**

Cine poate avea Marcă înregistrată? Orice persoană fizică sau juridică poate fi titular al unei mărci. Așadar, marca înregistrată nu este apanajul firmelor mari, cu resurse financiare semnificative. Dimpotrivă, mărcile cunoscute, pe care cu toții le identificăm în viața de zi cu zi, sunt rezultatul unor afaceri care au avut un început și au creat o marcă, întrucât „toate afacerile mari au fost odată mici”. Costurile pe care le implică obținerea protecției asupra mărcii sunt accesibile tuturor, raportat la beneficiile dobândite prin înregistrare și la perioada îndelungată de protecție (10 ani), în care nu mai sunt alte taxe, iar toate drepturile sunt active.

(va urma)

KEYGROUP este primul grup din România specializat în proprietate intelectuală și dreptul afacerilor, o echipă dinamică și complexă, formată din avocați, consilieri în proprietate intelectuală, mediatori, experți economici și suport tehnic conex (arhitecți, ingineri, evaluatori, specialiști IT, graficieni etc.). Ne recomandă experiența a sute de proiecte finalizate cu succes!