



Finanțat de
Uniunea Europeană

AGPI

AGENCIA DE STAT
PENTRU PROPRIETATEA
INTELECTUALA
A REPUBLICII MOLDOVA

BOJAN PRETNAR

PROPRIETATEA INTELLECTUALĂ ÎN ECONOMIA COMPETITIVĂ BAZATĂ PE CUNOAȘTERE

BAZELE JURIDICE, ECONOMICE ȘI DE AFACERI
ALE BREVETELOR, DREPTURILOR DE AUTOR
ȘI ALE MĂRCILOR COMERCIALE

GENEVA 2002 & PORTOROŽ 2021 & CHIȘINĂU 2022

BOJAN PRETNAR

**PROPRIETATEA INTELLECTUALĂ
ÎN ECONOMIA COMPETITIVĂ BAZATĂ
PE CUNOAȘTERE**

**BAZELE JURIDICE, ECONOMICE ȘI DE AFACERI
ALE BREVETELOR, DREPTURILOR DE AUTOR
ȘI ALE MĂRCILOR COMERCIALE**

769872
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
„NICOLAE TESTEMIȚANU”
BIBLIOTECA
ȘTIINȚIFICĂ MEDICALĂ

3/3

CUPRINS

INTRODUCERE	14
1. NOȚIUNI ȘI DEFINIȚII DE BAZĂ	19
1.1. Proprietatea intelectuală	19
1.1.1. Perspectiva juridică	19
1.1.2. Perspectiva economică și de afaceri	21
1.1.3. Definiția formală a proprietății intelectuale	23
1.2. Economia bazată pe cunoaștere și pe conceptele aferente	24
1.2.1. Noțiunea de economie bazată pe cunoaștere	24
1.2.2. Cunoștințe: noțiune inițială	26
1.2.3. Date	27
1.2.4. Informații	27
1.2.5. Definiția extinsă a cunoașterii	27
1.2.6. Noțiunile de proces de inovare, invenție și inovare	31
1.2.7. Competitivitatea și avantajul competitiv	33
1.3. Rolul și importanța proprietății intelectuale în economia bazată pe cunoaștere	35
1.3.1. Recunoașterea importanței proprietății intelectuale	35
1.3.2. Caracterul public al bunurilor: cunoaștere, informații și date	37
1.3.3. Raționamentul economic fundamental pentru proprietatea intelectuală	41
2. PRINCIPIILE DREPTURILOR BREVETELOR, DREPTURILOR DE AUTOR ȘI MĂRCILOR COMERCIALE	47
2.1. Principiile juridice generale	47
2.1.1. Ramurile proprietății intelectuale	47
2.1.2. Principiile juridice comune	48
2.1.3. Drepturile de proprietate industrială și drepturile de autor: diferențe și tangențe comune	49
2.1.4. Trei categorii reprezentative de drepturi de proprietate intelectuală	51
2.2. Brevetele	52
2.2.1. Definiția și justificarea socială a protecției brevetelor.....	52
2.2.2. Invenții brevetabile, idei și descoperiri ne-brevetabile, precum și alte limitări.....	55
2.2.3. Brevetul ca bun privat și, totodată, public	58
2.3. Drepturile de autor	59
2.3.1. Noțiuni de bază	59
2.3.2. Drepturi conferite	61
2.3.3. Durata drepturilor de autor și evaluarea lor economică.....	62

2.4. Mărcile comerciale	63
2.4.1. Noțiuni de bază și cerințe de protecție	63
2.4.2. Mărci de notorietate	66
2.4.3. Nume de domeniu ca mărci comerciale	68
2.5. Notă privind indicațiile geografice și cunoștințele tradiționale	69
2.5.1 Indicații geografice	69
2.5.2 Cunoștințe tradiționale	70
3. PREZENTAREA GENERALĂ A DREPTULUI INTERNAȚIONAL AL PROPRIETĂȚII INTELLECTUALE	72
3.1. Apariția sistemului internațional	72
3.1.1 Notă privind originile istorice	72
3.1.2. Convenția de la Paris	75
3.1.3. Primele două acorduri de la Madrid	78
3.1.4 Convenția de la Berna	78
3.2. Evoluții după cel de-al Doilea Război Mondial	79
3.2.1. Extinderea sistemului internațional	79
3.2.2. Convenția OMPI	81
3.3. Evoluții recente	82
3.3.1. Apariția provocărilor aferente comerțului	82
3.3.2. Acordul TRIPS	84
3.3.3. Tratatul WCT și WPPT	86
3.3.4. TLT și PLT	86
3.3.5. Observații finale și dilemele viitorului	86
4. CONCEPTE DE CONCURENȚĂ ȘI CLASIFICAREA PIETEI PROPRIETĂȚII INTELLECTUALE	89
4.1. Conceptul juridic de concurență	89
4.1.1. Concurența ca rivalitate	89
4.1.2. Două direcții ale concurenței neloiale	90
4.2. Conceptul economic de concurență	92
4.2.1. Multe modele de concurență	92
4.2.2. Competiția perfectă	92
4.2.3. Monopolul	97
4.2.4. Concurența monopolistă	98
4.2.5. Oligopol	100
4.2.6. Concurența Schumpeteriană	101
4.3. Conceptul de afaceri al concurenței	102
4.3.1. Rivalitatea ce ține de domeniul ofertei și de domeniul cererii	102
4.4. Diferențe și similarități între diverse concepte	103
4.4.1. Conceptul juridic de concurență vs. modelul economic de concurență perfectă	103

4.5. Clasificarea proprietății intelectuale în funcție de impactul pe piață	105
4.5.1. Noțiunea de piață	105
4.5.2. Drepturi de proprietate intelectuală cu privire la cerere și ofertă	106
5. ASPECTELE MICROECONOMICE ALE BREVETELOR ȘI DREPTURILOR DE AUTOR	109
5.1. Teoria standard a monopolului brevetelor	109
5.1.1. Brevetele: subiect neglijat în trecut	109
5.1.2. Doctrina principală: brevetele ca monopoluri	110
5.1.3. Durata optimă și domeniul de aplicare al brevetelor în cadrul doctrinei monopoliste	114
5.1.4. Brevetele și stimulentele monopoliste pentru invenții	117
5.1.5. Brevetele ca obstacole la intrarea pe piață	118
5.1.6. Discrepanța dintre teorie și evidențe	119
5.2. Cadru pentru teoria competitivă a brevetelor	121
5.2.1. Viziuni critice cu privire la teoria principală	121
5.2.2. Ipoteze suplimentare bazate pe principiile juridice fundamentale ale brevetelor	122
5.2.3. Brevetele și stimulentele competitive pentru inventare	125
5.2.4. Domeniul de aplicare și durata de viață optime ale brevetelor într-un cadru competitiv	129
5.2.5. Funcția concurențială de bază a brevetelor	130
5.2.6. O comparație între cadrul competitiv și doctrina monopolistă a brevetelor	131
5.2.7. Provocări aferente transformării brevetelor în monopoluri de piață	135
5.2.8. Cadrul competitiv și țările în curs de dezvoltare: o privire generală	138
5.2.9. Cadrul competitiv și țările în curs de dezvoltare: cazul produselor farmaceutice	140
5.3. Aspecte microeconomice de bază ale drepturilor de autor	142
5.3.1. Similarități și diferențe între dreptul de autor și dreptul brevetelor	142
5.3.2. Utilitatea analizei economice a drepturilor de autor pentru brevete	146
6. ASPECTE MICROECONOMICE ALE MĂRCILOR COMERCIALE	149
6.1. Mărcile comerciale în teoria concurenței monopoliste	149
6.1.1. Notă privind valoarea economică a mărcilor comerciale	149
6.1.2. Viziunile timpurii privind mărcile comerciale	149
6.1.3. Evoluții ulterioare	152

6.2. Proliferarea mărcii, publicitatea și beneficiile cumpărătorilor	153
6.2.1 Noțiunea de proliferare a mărcii.....	153
6.2.2. Proliferarea mărcii și Acordul TRIPS.....	154
6.2.3. Mărcile comerciale și publicitatea	157
6.2.4. Mărcile comerciale și beneficiile cumpărătorilor.....	158
6.3. Potențialul de piață al indicațiilor geografice și al cunoștințelor tradiționale	159
6.3.1. Relația complexă dintre mărcile comerciale și indicațiile geografice.....	159
6.3.2. Implicații pentru țările în curs de dezvoltare.....	160
7. MANAGEMENTUL STRATEGIC AL PROPRIETĂȚII INTELLECTUALE	162
7.1. Considerațiuni de bază	162
7.1.1. Trei grupuri reprezentative ale companiilor	162
7.1.2. Clasificarea priorităților și a relevanței drepturilor de proprietate intelectuală	163
7.1.3. Necesitatea protecției	164
7.1.4. Brevetele vs. secretele comerciale	165
7.2. Obiectivul principal de afaceri pentru liderii în domeniul inovării ... 166	
7.2.1. Caracterul juridic al proprietății intelectuale ca obiectiv strategic dominant de afaceri.....	166
7.2.2. Aplicabilitate limitată a obiectivului strategic de afaceri dominant	167
7.3. Obiectivul principal de afaceri pentru adepții inovării	169
7.3.1. Irelevanța obiectivului dominant de afaceri pentru IMM-uri	169
7.3.2. Evitarea încălcării ca obiectiv strategic de afaceri adecvat pentru IMM-uri.....	171
7.4. Obiectivul principal de afaceri pentru licențiați	175
7.4.1. Caracterul economic al procesului de acordare a licențelor	175
7.4.2. Cele două forme generice de acordare a licențelor	178
7.4.3. Alegerea formei corespunzătoare.....	179
OBSERVAȚII FINALE	182
ANEXĂ: UN MODEL DE CARACTER COMPETITIV AL BREVETELOR	186
REFERINȚE	193