

World Intellectual Property Organization (WIPO)

- [Despre WIPO](#)
- [Studiu de caz: Sistemul de la Madrid și Panasonic](#)
- [Studiu de caz](#)

Despre WIPO

Am adus unele modificări și adăugări textului anterior.

Istoric

Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale este un forum global cu 193 de state membre, în fapt o agenție subsidiară a Națiunilor Unite care se autofinanțează, dedicate serviciilor ce țin de proprietatea intelectuală, politici, informații și cooperare internațională. Scopul acestei organizații este de stabili și dezvolta un sistem internațional de proprietate intelectuală (IP) echilibrat și eficient care să facă accesibilă inovația și creativitatea în beneficiul tuturor. Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale reprezintă un grup internațional al cărui scop este de a promova protecția globală a proprietăților comerciale și a materialelor protejate prin drepturi de autor. Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale s-a înființat prin Convenția WIPO de la Stockholm, semnată la 14 iulie 1967, intrând în vigoare în anul 1970. În anul 1974, WIPO a fost desemnată ca fiind unul dintre organismele specializate ale sistemului Națiunilor Unite.

Conform statutului WIPO, Art.2 p. VIII, organizația definește proprietatea intelectuală ca dreptul asupra:

- *lucrărilor literare, artistice și științifice,*
- *spectacolelor artiștilor interpreți, fonograme și emisiuni,*
- *invențiilor în toate domeniile activității umane,*
- *descoperirilor științifice,*
- *desenelor industriale,*
- *mărcilor comerciale, mărcilor de serviciu și denumirilor comerciale,*

- protecției împotriva concurenței neloiale,

și toate celelalte drepturi rezultate din activitatea intelectuală în domeniul industrial, științific, literar sau artistic.**[1]**

Proprietatea intelectuală se împarte în două ramuri distincte:

- dreptul de autor;
- proprietatea industrială.

Dreptul de **proprietate industrială** reprezintă ansamblul normelor juridice care reglementează raporturile cu privire la creațiile intelectuale aplicabile în industrie și la semnele distinctive ale acestei activități.

Drepturile de autor sau copyright reprezintă ansamblul prerogativelor de care se bucură autorii cu referire la operele create; instituția **dreptului de autor** este instrumentul de protecție a creatorilor și a operelor lor.

Structură și funcții

Înființarea Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale are la bază o serie de tratate ce pot fi împărțite în trei grupuri distincte:

1. Tratatul ce stabilesc protecția internațională (de exemplu, Convenția de la Paris, Acordul de la Madrid și Acordul de la Lisabona);
2. Tratatul ce facilitează aplicarea protecției internaționale (de exemplu, Tratatul de cooperare în materie de brevete de invenție, Acordul de la Madrid, Acordul de la Lisabona, Tratatul de la Budapesta, Acordul de la Haga);
3. Tratatul ce stabilesc sisteme de clasificare și proceduri ce au ca scop actualizarea și îmbunătățirea acestor sisteme (de exemplu, Acordul de la Strasbourg, Acordul de la Nisa, Acordul de la Viena, Acordul de la Locarno).

Activitățile Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale pot fi împărțite în trei tipuri:

- activități de promovare a cooperării interguvernamentale în administrarea proprietății intelectuale;
- de organizare și administrare;
- de substanță.

Prin intermediul acestor activități, Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale menține dreptul proprietății intelectuale la nivel global, promovând interesul progresului industrial și cultural, stimulând, totodată, activitățile creative. De asemenea, acestea activități facilitează transferul de tehnologie și reprezintă căi de răspândire a operelor literare și artistice.

Organizația Internațională a Proprietății Intelectuale este formată din următoarele structuri administrative:

- **Adunarea Generală** - fiecare stat este reprezentat de un delegat, care însă poate să fie însoțit de delegați secundari, consultanți și experți; cele mai importante roluri ale acestei structuri sunt alegerea Directorului General propus de Comitetul de Coordonare și analizarea și aprobarea rapoartelor acestor două structuri mai sus menționate; fiecare stat are dreptul la un singur vot.

Conferința - formată din statele părți la prezenta convenție, indiferent dacă acestea sunt sau nu membre ale Uniunii de la Paris sau Berna, fiecare stat este reprezentat de un delegat, asistat de supleanți, consilieri și experți; în cadrul acestei Conferințe se discută chestiuni de interes general în domeniul proprietății intelectuale și se pot adopta recomandări referitoare la astfel de chestiuni, ținând seama de competența și autonomia Uniunii;

Comitetul de Coordonare - format din statele părți la prezenta convenție care sunt membri ai Comitetului executiv al Uniunii de la Paris sau ai Comitetului executiv al Uniunii de la Berna sau ambele; fiecare stat este reprezentat de un delegat care poate fi asistat de delegați supleanți, consilieri și experți.; rolul principal al acestui Comitet este de consiliere a tuturor organelor organizației, dar cel mai important este acela de nominalizare a Directorului General;

Biroul Internațional - servește ca și Secretariatul Organizației și este condus de Directorul General, asistat de adjuncți. [2]

Obiective și acțiuni

Cele două obiective principale stipulate în statutul Organizației sunt promovarea protecției proprietății intelectuale în întreaga lume prin cooperare între state și, după caz, în colaborare cu orice altă organizație internațională și asigurarea cooperării administrative dintre uniuni (a se înțelege Uniunea de la Paris din 1883 privind protecția proprietății industriale și Uniunea de la Berna din 1886 privind protecția lucrărilor artistice și literare). Primul obiectiv - promovarea protecției proprietății intelectuale la nivel global - este în concordanță cu viziunea Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale de a dezvolta un sistem de Proprietate Intelectuală just și deschis, care să promoveze, la nivel global, creativitatea și inovația, sprijinind în același timp dezvoltarea economiilor și a societăților națiunilor membre; sunt protejate, în același timp, interesul public și cultura. Al doilea obiectiv, urmărește cooperarea administrativă eficientă între uniunile create de tratatele pe care Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale le administrează. Astfel, cele două obiective ale Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale sunt verificarea colaborării administrative între uniunile de Proprietate Intelectuală și promovarea protecției proprietății intelectuale la scară mondială. Pentru a facilita îndeplinirea și respectarea acestor obiective bine stabilite, Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale participă la o varietate de activități, pe lângă cele privind îndeplinirea responsabilităților administrative.

Pentru atingerea acestor obiective, WIPO:

- promovează dezvoltarea măsurilor menite să faciliteze protecția eficientă a proprietății intelectuale în întreaga lume și să armonizeze legislația națională în acest domeniu;
- îndeplinește sarcinile administrative ale Uniunii de la Paris, ale uniunilor speciale înființate în relație cu acea Uniune și ale Uniunii de la Berna;
- poate fi de acord să își asume sau să participe la administrarea oricărui alt acord internațional menit să promoveze protecția proprietății intelectuale;
-

încurajează încheierea de acorduri internaționale menite să promoveze protecția proprietății intelectuale;

o

își oferă cooperarea statelor care solicită asistență juridico-tehnică în domeniul proprietății intelectuale;

o

adună și difuzează informații privind protecția proprietății intelectuale, efectuează și promovează studii în acest domeniu și publică rezultatele acestor studii;

o menține servicii care facilitează protecția internațională a proprietății intelectuale și, după caz, asigură înregistrarea în acest domeniu și publicarea datelor referitoare la înregistrări. [3]

Stabilirea standardelor și a normelor pentru apărarea și implementarea proprietății intelectuale prin semnarea de contracte de către națiunile membre reprezintă unele dintre acțiunile normative ale Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale. În acest fel, drepturile de proprietate intelectuală sunt asigurate, protejate și implementate în diferite jurisdicții. Alte acțiuni ale Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale includ acordarea de sprijin juridic și tehnic statelor în domeniul proprietății intelectuale cu scopul construirii și consolidării capacității naționale.

Finanțare

Organizația are două bugete : bugetul de cheltuieli comun uniunilor și bugetul Conferinței.

Bugetul comun este finanțat din următoarele surse :

•

contribuțiile Uniunii;

•

taxele datorate pentru serviciile prestate de Biroul Internațional ;

•

vânzarea sau redevențele asupra publicațiilor Biroului Internațional ;

- donații, legături și subvenții acordate Organizației ;
- chirii, dobânzi și alte venituri diverse ale Organizației.

Bugetul Conferinței este finanțat din :

- contribuțiile statelor părți la prezenta convenție care nu sunt membre ale vreuneia dintre uniuni;
- sume primite pentru serviciile prestate de Biroul Internațional în domeniul asistenței juridico-tehnice;
- donații, legături și subvenții acordate Organizației. [4]

[1] *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization* (Signed at Stockholm on July 14, 1967 and as amended on September 28, 1979), art. 2

[2] *Idem*, art. 6-9

[3] *Idem*, art. 3-4

[4] *Idem*, art.11

[5] www.wipo.org

Studiu de caz: Sistemul de la Madrid și Panasonic

Am păstrat mare parte din textul anterior.

Sistemul de la Madrid reprezintă cea mai eficientă metodă de protecție și administrare a mărcilor înregistrate pe plan internațional, fiind aplicabil pentru 125 de țări. Creat în 1891, sistemul de la Madrid este guvernat de Protocolul de la Madrid referitor la înregistrarea internațională a mărcilor (1989). Pentru a deveni membru al Sistemului de la Madrid, un stat sau o organizație interguvernamentală trebuie să fie deja parte la Convenția de la Paris pentru protecția proprietății industriale (1883).[1] Costul înregistrării unei mărci comerciale internaționale include o taxă standard (653 de franci elvețieni sau 903 franci elvețieni pentru o marcă color), plus costuri adiționale influențate de locul și de multitudinea de clase de produse și servicii care trebuie să fie acoperite de această protecție. Sistemul de la Madrid oferă proprietarilor de mărci posibilitatea de a avea mărcile lor protejate în mai multe țări prin simpla depunere a unei cereri direct la propriul oficiu național sau regional de mărci. Sistemul Madrid poate fi utilizat numai de o persoană fizică sau juridică, care este cetățean, are domiciliul sau are o societate pe teritoriul unui membru al Sistemului Madrid. [2]

În 2008, Matsushita Electric Industrial Co., Ltd și-a schimbat numele în Panasonic Corporation. În același timp, și-a schimbat numele mărcii naționale pentru electrocasnice și echipamente pentru locuințe din Japonia în Panasonic, consolidând astfel acest nume de marcă pe plan intern. Sub sloganul mărcii „A Better Life, A Better World”, care exprimă filozofia lor de management, ei își propun să atingă fericirea oamenilor din întreaga lume prin cele patru domenii de activitate principale: electronice de larg consum, locuințe, auto și B2B. Panasonic și-a înregistrat marca în toate jurisdicțiile cu sisteme de mărci comerciale, dar și pentru mărcile sale individuale de produse și pentru sloganul mărcii în 2013 și 2018 prin Sistemul Madrid.

Deoarece Panasonic este nevoit să-și înregistreze mărcile comerciale în toate țările unde își desfășoară activitatea, Sistemul de la Madrid este folosit în mod proactiv datorită avantajelor sale (costul, procedurile simplificate, dreptul la prioritate etc.). Panasonic salută cu căldură faptul că piețele sale majore de peste mări s-au alăturat Protocolului de la Madrid și are încredere că sistemul de la Madrid va deveni și mai convenabil de utilizat.[3]

Referințe

Convention Establishing the World Intellectual Property Organization (Signed at Stockholm on July 14, 1967 and as amended on September 28, 1979)

World Intellectual Property Organization, <https://www.wipo.int/>

[1] *Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989)*,

https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid_marks.html

[2] *Madrid - The International Trademark System*, <https://www.wipo.int/madrid/en/index.html>

[3] <https://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=12106>

Studiu de caz

Text integral redactat de mine

Studiu de caz - MILAN și Sistemul de la Madrid

Brandul MILAN s-a născut la începutul secolului al XX-lea în orașul spaniol, Barcelona. În prezent, MILAN exportă în peste 120 de țări produse, incluzând instrumente de scris și de desen, produse de arte plastice și alte rechizite școlare și de birou, inclusiv rucsacuri, calculatoare și cutii de prânz. Radierele MILAN, unul dintre cele mai populare produse ale brandului, sunt produse anual în cantități ce depășesc două tone, dintre care 75% sunt exportate. De la bun început, MILAN a dori să ofere produse bune și accesibile, adaptate nevoilor și bugetelor studenților. De-a lungul anilor, compania spaniolă a investit în cercetare și dezvoltare, pentru a lansa o serie de produse concepute pentru toate tipurile de clienți.^[1]

Începând cu anii 1950, compania spaniolă a început să exporte produse în America de Sud, în Europa, Norvegia și Belgia. Începând cu anii 1980, extinzându-și orizonturile, compania a început să participe la expoziții internaționale de produse, dând startul internaționalizării mărcii. Companiile de dimensiuni medii, precum cea spaniolă MILAN, a căror activitate este concentrată pe export, necesită neapărat existența unui sistem de mărci înregistrate ce are ca scop extinderea și gestionarea protecției industriale internaționale. La momentul actual, compania spaniolă deține cinci înregistrări internaționale active pentru marca MILAN, cea mai veche datând din anul 1982, dovedind fiabilitatea și securitatea pe care Sistemul Madrid le-o generează de mai mult de 40 de ani. În prezent, marca MILAN este protejată în aproximativ 60 de state ale lumii, inclusiv în cea mai mare parte a

Europei și Asiei, precum și în Australia și Statele Unite.^[2]

Referințe:

[1]<https://www.wipo.int/en/web/ip-advantage/w/stories/milan-a-school-supplies-manufacturer-with-an-unerasable-story>

[2] *Idem.*