INSTITUTUL DE CERCETĂRI ECONOMICE

al AȘM și Ministerului Economiei

S T U D I U

PRIVIND ELABORAREA MECANISMULUI DE MONITORIZARE A PIEȚEI OBIECTELOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA

ELABORAT LA COMANDA AGEPI

Chișinău 2014

Colectivul de autori

dr. Badâr Iurie – compartim. 1, 2, 3.1(coautor), 3.5, 6.

Mihai Adela – compartim. 3.1(coautor), 3.2.1., 4, 5(coautor).

dr. Alexandra Novac – compartim. 3.2.2, 3.4, 5(coautor).

dr. Natalia Percinschi – compartim. 3.2.3, 3.3, 5(coautor).

Olga Percinschi – compartim. 3.3(coautor).

Consultant Științific

dr. hab. în științe economice - Alexandru Stratan

CUPRINS

	INTRODUCERE	**2**
I.	**PIAŢA BUNURILOR INTELECTUALE, ROLUL ŞI SPECIFICUL FUNCŢIONĂRII EI**	**4**
II.	**INDICATORII STATISTICI AI PROTECŢIEI OBIECTELOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA (OFERTA PE PIAȚA OPI)**	**26**
III.	**PRINCIPALELE SEGMENTE ALE PIEŢEI OBIECTELOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA ŞI INDICATORII EI**	**38**
3.1.	Piața obiectelor proprietății industriale	**38**
3.2.	Piața obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe	**48**
3.2.1.	Piața producției muzicale și audio-video	**48**
3.2.2.	Piața producției literare și tipografice	**60**
3.2.3.	Piața software	**77**
3.3.	Alte segmente ale pieței OPI	**89**
3.4.	Piața produselor contrafăcute și piratate	**95**
3.5.	Infrastructura pieței OPI	**105**
IV.	**DESCRIEREA SUCCINTĂ A REZULTATELOR GENERALIZATE A CHESTIONARULUI PRIVIND UTILIZAREA COMERCIALĂ A OPI**	**109**
V.	**PRINCIPALII INDICATORI AI PIEȚEI OPI ÎN RM ȘI SURSELE IDENTIFICĂRII LOR**	**111**
VI.	**CONCLUZII ȘI PROPUNERI**	**119**
	ÎNCHEIERE	**123**
	BIBLIOGRAFIE	**124**
	ANEXE	**126**

GLOSARUL ABREVIERILOR:

ACTA - Tratatul Comercial Anti - Contrafacere
AGEPI - Agenţia de Stat pentru Proprietatea Intelectuală
ANCO - Asociația Națională „Copyright”
ANPCI - Asociația Națională pentru Protecția Creației Intelectuale
AsDAC - Asociația „Drepturi de Autor si Conexe”
ASM – Academia de Științe a Republicii Moldova
ATIC - Asociația Națională a companiilor private în domeniul TIC
BD - bază de date
BI - brevete de invenţie
BISD – brevete de invenţie de scurta durata
BNS - Biroul Naţional de Statistică
BOPI - Buletinul Oficial de Proprietate Industrială
CBI - cerere de brevet de invenţie
CBISD - cerere de brevet de invenţie de scurtă durată
CD - Discul compact
CISAC - Confederaţia Internaţională a Societăţilor de Autori şi Compozitori
CSI – Comunitatea Statelor Independente
DA - dreptul de autor
DC - drepturi conexe
DMI - desene şi modele industriale
DO - denumiri de origine
DVD - Digital Video Disc
IFPI - Federaţia Internaţională a Industriei fonografice
IMM - întreprinderi mici şi mijlocii
OEAB - Organizaţia Eurasiatică de Brevete
OECD – Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică
OGC - Organizaţii de gestiune colectivă
OMPI - Organizaţia Mondială a Proprietăţii Intelectuale
OPI - obiecte de proprietate intelectuală
ORDA - Oficiul Republican al Dreptului de Autor
PI - proprietate intelectuală
PIB – Produsul Intern Brut
ReproMold - AO „ReproMold”
RM – Republica Moldova
S.R.L. – societate cu răspundere limitată
TRIPS - Acordul privind aspectele comerciale ale drepturilor de proprietate intelectuala

INTRODUCERE

Piaţa reprezintă un instrument de promovare a schimburilor comerciale, dar totodată şi de eficientizare a utilizării consumului de resurse, inclusiv celor de provenienţă intelectuală. In condiţiile când relaţiile comerciale bazate pe principiile fundamentale ale economiei de piaţă au devenit dominante pentru majoritatea bunurilor de ordin material şi serviciilor acordate, continuarea practicei de încorporare a obiectelor proprietăţii intelectuale în circuitul economic prin modalităţi extracomerciale, este lipsită de sens. Astfel, eficientizarea utilizării potenţialului intelectual al societăţii este principalul argument în favoarea constituirii pieţei proprietății intelectuale. Aplicarea relaţiilor comerciale asupra elaborării şi utilizării produselor intelectuale este de asemenea impusă de extinderea rapidă a ponderii activelor corporative imateriale, în totalul activelor de lungă durată. Ponderea acestora în Europa occidentală deja a depăşit cota de 50%, iar în SUA - de 70%.

O bună parte a creaţiilor intelectuale, în primul rând cele ce ţin de domeniul dreptului de autor şi drepturilor conexe, sunt în mod tradiţional şi destul de frecvent încorporate în circuitul comercial. Astfel, pieţele operelor literare, interpretărilor muzicale, producţiei cinematografice, produselor informatice etc., deja sau constituit şi maturizat, devenind o realitate. Problema principală a funcţionării segmentelor respective ale pieţei este gradul avansat al pirateriei și lipsa de transparență în utilizarea lor. Cu totul alta este situaţia la capitolul proprietate industrială.

Obiectele proprietăţii industriale (brevetele de invenţii, mărcile de produs şi servicii, designul industrial etc.) sunt mult mai puțin încadrate în schimburile comerciale prin modalităţile specifice ale pieţei proprietăţii intelectuale de licenţiere şi cesiune. Mai ales această tendinţă se referă la ţările în tranziţie în care practic lipsesc tradiţii îndelungate de utilizare comercială a obiectelor proprietăţii industriale, în mod special a brevetelor, design-lui industrial, know-how, rezultatelor investigaţiilor ştiinţifice.

Şi mai dificilă este situaţia în reflectarea tranzacţiilor cu obiectele proprietăţii industriale în statistica oficială, atât a operaţiunilor de pe piaţa internă, cât şi în aspect extern. În acest sens sa creat o situaţie absolut paradoxală, când statistica reflectă indicatorii naturali şi valorici pentru comercializarea unui nomenclator foarte detaliat de produse şi servicii până la ciorapi, margarina, maioneză, umbrele, bastoane, etc., iar comerţul cu obiectele proprietății industriale ce constituie actualmente miezul tranziţiei la calea inovațională a creșterii economice și principala resursă a societății informaţionale, practic nu este reflectat. Această stare a lucrurilor privind lipsa unei informaţii disponibile referitor la parametrii

comercializării creaţiilor intelectuale, împiedică elaborarea şi promovarea unei politici inovaţionale adecvate imperativelor timpului.

Informația privind parametrii pieței OPI este prezentată doar pe unele segmente, care în mod indirect reflectă tendinţele generale ale funcţionării pieţei PI, sursele lor fiind extrem de dispersate. Printre acestea: Anuarul statistic al RM, cercetările statistice ale BNS, registrele deţinute de AGEPI privind licenţierea, cesiunea şi gajarea OPI, Registrul evaluatorilor de OPI, rapoartele anuale ale secţiilor AŞM, ale unor ministere şi departamente, în special informațiile Serviciului Vamal și ale Băncii Naționale, organismelor de gestiune colectivă a operelor dreptului de autor şi drepturilor conexe, organizațiilor obștești și a celor internaționale.

Urmare a situației menționate în Planul de acțiuni pentru anii 2012-2015 la Strategia Națională de Proprietate Intelectuală până în anul 2020, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 880 din 22.11.2012, a fost prevăzut un studiu consacrat elaborării unui mecanism de monitorizare a pieţei PI.

Obiectivele principale ale studiului menționat se reduc la următoarele:

1. Determinarea rolului pieţei PI în dezvoltarea economică şi a particularităților ei;

2. Specificarea celor mai importante segmente ale pieţei PI din RM cum ar fi piaţa obiectelor proprietății industriale, piaţa software, piața producției muzicale etc.;

3. Identificarea principalilor indicatori ai pieţei PI, pe fiecare segment în parte și a trendului lor în ultimii ani.

4. Evidenţierea resurselor informaţionale disponibile pentru estimarea şi monitorizarea indicatorilor specificaţi, sau a tendinţelor (trendului) generale ale evoluţiei acestora;

5. Specificarea deţinătorilor resurselor informaţionale şi a modalităţilor de acces la utilizarea lor.

Prezentul studiu a fost elaborat în cadrul Institutului de cercetări economice al AȘM și ME cu participarea specialiștilor AGEPI.

I. PIAŢA BUNURILOR INTELECTUALE, ROLUL ŞI SPECIFICUL FUNCŢIONĂRII EI

Încadrarea bunurilor intelectuale în relaţiile de piaţă. Principiile generale ale funcţionării economiei de piaţă impun în mod tradiţional o circulaţie liberă a mărfurilor, capitalurilor şi forţei de muncă ca o condiţie imanentă a funcţionării eficiente a economiei. Doar accesul liber al tuturor actorilor economici la resursele materiale, financiare şi umane, face posibilă manifestarea în deplină măsură a potenţialului benefic al mecanismelor pieţei asupra dezvoltării economice. Principiul menţionat funcţionează şi în cazul resurselor intelectuale utilizate în activităţile economice. Încadrarea rezultatelor creaţiilor spirituale în activităţile şi circuitul economic, în perioadele precedente constituirii fenomenului proprietăţii intelectuale, datorită rolului relativ redus al acesteia în asigurarea creşterii economice, se efectua în mod episodic, de la caz la caz şi, de regulă, prin modalităţi extracomerciale, astfel spus fără ca rezultatele activității intelectuale să fie comercializate.

În condiţiile în care proprietatea intelectuală s-a transformat în factor determinant al creşterii economice şi cea mai importantă componentă a patrimoniului corporativ, necesitatea încorporării bunurilor de origine intelectuală în relaţiile de piaţă devine nu doar evidentă, ci chiar inevitabilă. Pornind de la faptul că piaţa este categoria fundamentală a teoriei economice, cercetarea principalelor legităţi şi a specificului funcţionării pieţei produselor de origine intelectuală, prezintă elementul indispensabil, fără de care orice studiu complex consacrat problemelor economice ale proprietăţii intelectuale este a priori incomplet.

Utilizarea eficientă a resurselor economice, inclusiv a celor intelectuale, este posibilă doar în condiţiile accesului liber la aplicarea acestora, eventual doar în cazul extinderii asupra lor a procesului de înstrăinare prin comercializare, în conformitate cu principiile economiei de piaţă. Ca şi în cazul mărfurilor tradiţionale, relaţiile de piaţa oferă posibilităţi reale, determinate de logica luptei concurenţiale, pentru transformarea produselor intelectuale şi a activităţilor de inovare într-o sursă reală de venituri, fapt ce impune necesitatea unor cercetări consacrate în mod special dezvoltării segmentului respectiv al pieţei, inclusiv specificului cererii şi ofertei.

De menţionat, că atât în teoria, cât şi în practica economică, bunurile de origine intelectuală, în primul rând, obiectele supuse protecției juridice, sunt recunoscute, deja de mai multe decenii, în calitate de bunuri economice extrem de valoroase ce satisfac anumite nevoi, ţin preponderent de domeniile tehnologic, științific sau artistic şi se supun comercializării prin intermediul tranzacţiilor de

piaţă. Caracterul specific al tranzacţiilor cu produsele intelectuale, impus de particularităţile mărfurilor supuse comercializării, a dat naştere unui tratament deosebit al segmentului respectiv al pieţei, cunoscut în literatura şi practica economică prin noţiuni apropiate, precum piaţa proprietăţii intelectuale, piaţa cunoştinţelor, a inovaţiilor, piaţa informaţiei, piaţa licenţelor, transferul tehnologic etc. Activităţile comerciale aferente, mai ales în contextul relaţiilor internaţionale, sunt uneori definite şi prin noţiunea de comerţ „invizibil".[1] Dispersarea terminologică menţionată este urmare a unui specific real al noţiunilor menţionate, dar şi a faptului că piaţa bunurilor intelectuale este una relativ nouă, mai puţin cercetată sub aspect teoretic, vizavi de componentele tradiţionale ale acesteia ce țin de bunurile de ordin material.

Premisele constituirii pieţei de proprietate intelectuală s-au format pe parcursul unei perioade relativ îndelungate şi se reduc la următoarele:

- dominaţia relaţiilor comerciale în aplicarea celorlalte resurse economice: materiale, financiare şi umane;
- acordarea protecţiei juridice pentru produsele intelectuale cu posibilitatea înstrăinării lor de autor/titular;
- metamorfoza pe această cale a rezultatelor activităţii intelectuale în mărfuri ce dispun de utilitate şi valoare de schimb;
- oportunitatea eficientizării utilizării resurselor de provenienţă intelectuală.

În condiţiile dominaţiei relaţiilor de piaţă asupra modalităţilor de încorporare a resurselor în activităţile economice, orice marginalizare și ignorare a pieței rezultatelor activităţii de creaţie, nu este altceva decât un anacronism. Însăşi acordarea protecţiei juridice creaţiilor spirituale are drept scop favorizarea înstrăinării acestora de cel ce le-a generat, și transformarea lor în mărfuri. Astfel, protecția proprietății intelectuale este un domeniu integrat la nivel conceptual în mecanismul economiei de piaţă.

După cum s-a menționat, comercializarea obiectelor proprietăţii intelectuale are loc în urma metamorfozei lor în mărfuri. Similar celorlalte categorii de mărfuri, bunurile intelectuale, reprezintă un rezultat al activităţii umane (în cazul dat a activităţii de creaţie), satisfac anumite nevoi ale societăţii şi dispun de o utilitate sporită. *Utilitatea produselor intelectuale* (valoarea de întrebuinţare) poate fi de ordin productiv, cu aplicarea lor în activităţile de producţie, sau destinată consumului personal. În primul caz, ea provine din noutatea, originalitatea şi aplicabilitatea practică a creaţiilor spirituale care, sub aspect economic, se

[1] Dicţionar de economie. Ediţia a doua, Ed. Economică, Bucureşti, 2001, P. 105.

manifestă în capacitatea de obţinere a avantajelor competitive, iar, în final, a unor beneficii şi profituri suplimentare din valorificarea tehnologiilor, produselor sau serviciilor noi. Prin urmare, utilitatea mărfurilor de provenienţă intelectuală destinate procesului de producţie a mărfurilor şi prestare a serviciilor are un caracter productiv, fiind, astfel, din punct de vedere a consumului personal, una intermediară.

Totodată, în calitatea lor de mărfuri şi obiecte de vânzare-cumpărare, bunurile intelectuale deţin şi o anumită *valoare de piaţa (de schimb)*. Cuantumul ei este determinat de mai mulţi factori, în funcţie de beneficiile actuale şi potenţiale care pot fi generate de bunurile intelectuale. Modalităţile practice ale determinării valorii de piaţă a OPI sunt obiectul evaluării acestora și prezintă un specific evident vizavi de evaluarea bunurilor materiale.

Efectele economice ale obiectelor de proprietate intelectuală, nu pot fi însuşite doar de titulari (vânzători), deoarece o atare situaţie ar lipsi de orice sens însuşi procesul comercializării lor. Totodată, comercializarea redă repartizării efectelor finale ale activității intelectuale conotații de echitabilitate.

Creşterea spectaculoasă în ultimele decenii a rolului pe care îl au bunurile intelectuale în dezvoltarea societăţii moderne, impune optimizarea utilizării şi repartizării resurselor intelectuale, care în cel mai eficient mod se efectuează prin încorporarea acestor bunuri în relaţiile de piaţă în baza legităţilor ei fundamentale. Desigur, majoritatea bunurilor intelectuale ce ţin de domeniul public, rămân şi pe viitor în afara tranzacțiilor comerciale, fiind utilizate în mod gratuit.

Comportamentul economic în cadrul activităţilor de creaţie este axat pe investirea resurselor intelectuale în scopul obţinerii, fie şi într-o perspectivă mai îndelungată, a unor beneficii de ordin economic. Un atare comportament dispune de un aspect comercial adecvat principiilor pieţei astfel, încât „potenţialul câştig economic reprezintă o motivare puternică pentru actul inovării”[2]. De menţionat că, şi în cazul utilizării bunurilor intelectuale în procesul tehnologic al întreprinderilor în cadrul cărora ele au fost elaborate, chiar dacă bunurile respective nu se supun comercializării, practic, domină principiile economiei de piaţă subordonate relaţiilor comerciale. În mod similar se iau deciziile investiţionale şi cele manageriale privitoare la valorificarea comercială a tuturor cunoştinţelor şi informaţiilor.

Tratamentul bunurilor intelectuale în calitate de produse fabricate în cadrul procesului de generare a cunoştinţelor şi comercializate pe o piaţă liberă permite abordarea procesului în cauză conform principiilor în care se atinge optimul utilizării şi repartizării resurselor economice destinate cercetării şi inovării. Sub

[2] Idris K. Proprietatea Intelectuală un instrument puternic pentru dezvoltarea economică București, OSIM, 2006, P. 8.

aspect conceptual această stare a lucrurilor, luând în consideraţie incertitudinea procesului de producere şi valorificare a cunoştinţelor, cu anumite rezerve şi cu o anumită doză de formalitate, se asociază cu cea caracteristică optimului Pareto. Aplicabilitatea acestei asocieri sugerează opinia că piaţa bunurilor intelectuale influenţează pozitiv elaborarea şi valorificarea lor, accelerarea progresului tehnologic al societăţii.

Bineînţeles, nu trebuie să exagerăm potenţialul optimului Pareto în cazul pieţei OPI, deoarece ea, într-o măsură mai avansată, vizavi de pieţele mărfurilor tradiţionale, este afectată de unele impedimente ce împiedică repartizarea eficientă a resurselor economice. Impedimentele menţionate ale pieţei de proprietate intelectuală sunt cauzate de riscurile enorme ale procesului de valorificare a inovaţiilor, receptivitatea redusă a sectorului real al economiei faţă de implementarea tehnologiilor noi, termenele îndepărtate ale efectelor economice, dificultăţile combaterii contrafacerii şi pirateriei etc. Cele expuse impun o cercetare minuţioasă a particularităţilor pieţei de proprietate intelectuală și mecanismelor funcționării ei.

De regulă, defectele menţionate pot fi depăşite prin intervenţia statului în procesul inovaţional, care pornind de la rolul exclusiv al acestuia în asigurarea creşterii economice, urmează să ocupe o poziţie activă faţă de valorificarea obiectelor de proprietate intelectuală. Ţinând cont de faptul că utilizarea eficientă a produselor intelectuale în condiţiile economiei de piaţă este posibilă prin intermediul mecanismelor ei specifice, iar forţele ei creatoare nu sunt în stare să soluţioneze totalitatea absolută a problemelor ce ţin de valorificarea invenţiilor şi încurajarea activităţii inovaţionale, statul urmează, odată cu constituirea segmentului de piaţă pe care se comercializează creaţiile spirituale, să aplice totalitatea modalităţilor administrative, financiare, fiscale şi de altă natură în promovarea procesului inovaţional şi infrastructurii aferente.

Optimizarea utilizării şi repartizării resurselor intelectuale prin încorporarea lor în tranzacţiile comerciale nu este singura punte de legătură dintre economia de piaţă şi domeniul proprietăţii intelectuale. Însăşi funcţionarea mecanismului economiei de piaţă în ansamblu, a tuturor componentelor ei, inclusiv a celor tradiţionale, formarea unui mediu concurenţial sănătos, diminuarea tendinţelor de monopolizare a unor domenii şi sfere de activitate, favorizează semnificativ valorificarea eficientă a bunurilor intelectuale. În cel mai elocvent mod această interacţiune se manifestă în capacităţile pieţei libere de a încuraja activitatea inovaţională în sectorul real al economiei naţionale şi, în primul rând, pe segmentul privat, prin amplificarea avantajelor concurenţiale ale noilor tehnologii şi produse.

Aspectele metodologice ale funcţionării procesului inovaţional în condiţiile economiei de piaţă au fost elaborate în cadrul conceptului schumpeterian al Inovatorului. În conformitate cu prevederile lui, valorificarea inovaţiilor în calitate de resursă economică este profund integrată în totalitatea relaţiilor de piaţă, fiind determinată de motivaţiile antreprenorilor de a obţine beneficii şi profituri superioare celor medii. Deciziile de a investi, în aceste condiţii, sunt luate în funcţie de corelaţia dintre ratele medii ramurale ale profitului, cele aşteptate în urma implementării noilor tehnologii şi riscurile inovării. Astfel, un mediu concurenţial perfect inevitabil diminuează ratele medii ale profiturilor obţinute la nivel de ramură şi sporeşte, pe această cale, motivaţiile pentru inovare. Prin urmare, obiectivele valorificării eficiente a tehnologiilor noi în condiţiile economiei de piaţă impun comercializarea lor pe pieţele libere şi, totodată, integrarea în totalitatea relaţiilor de piaţă prezentată de complexitatea funcţională a tuturor componentelor pieţei, inclusiv celor tradiţionale.

Deci, funcţionarea pieţei în ansamblu, dar şi un grad înalt de liberalizare a acesteia, ce favorizează concurenţa, este o condiţie imanentă şi extrem de importantă pentru valorificarea eficientă a resurselor intelectuale şi, în mod special, pentru asigurarea unor ritmuri înalte ale dezvoltării economice bazate pe implementarea realizărilor progresului tehnico-ştiinţific.

Totodată, obiectele proprietăţii intelectuale reprezintă un segment separat al pieţei ce dispune de particularități pronunţate şi impune o analiză specială.

Specificul obiectelor de proprietate intelectuală în calitate de mărfuri este determinat de particularităţile produselor intelectuale, ale modalităţilor lor de creare, posesie includere în circuitul economic şi comercializare. În această ordine de idei, în cele ce urmează vom specifica următoarele caracteristici specifice ale mărfurilor de origine spirituală:

1. Produsele intelectuale în calitate de bunuri economice, ca urmare a formei specifice a posesiei, pot fi utilizate concomitent de un număr practic nelimitat de utilizatori;
2. Particularităţile posesiei produselor intelectuale facilitează preluarea şi utilizarea ilicită de către terţi în urma familiarizării cu conţinutul lor, fără obţinerea consimţământului titularilor (autorilor);
3. Produsele intelectuale au un evident specific în administrare, în cadrul căreia se operează atât cu esenţa şi potenţialul economic, cât şi cu drepturile respective, ultimele confirmând practic proprietatea privată a unor persoane fizice sau juridice asupra lor;
4. Pe piaţa OPI nu circulă înseşi creaţiile intelectuale, ci preponderent drepturile asupra lor. Astfel, doar protecţia juridică a produselor intelectuale

creează condiţii pentru comercializarea lor, adecvate specificului posesiei. Principala funcție economică a protecției juridice a OPI este crearea condițiilor pentru transformarea în mărfuri și comercializarea creațiilor spirituale;

5. Fiecare rezultat al activităţii intelectuale, spre deosebire de bunurile materiale ce se produc în serie, reprezintă un produs final unicat cu destinaţie specială, fapt care reduce capacitatea de substituire reciprocă a acestora. Anume unicitatea menționată și constituie miezul valorii de întrebuințare a bunurilor intelectuale;

6. Spre deosebire de mărfurile de ordin material, calitatea cărora depinde de omogenitatea lor şi corespunderea unor standarde, criteriile principale de acordare a protecţiei juridice unui obiect al proprietăţii industriale şi transformarea pe această cale în marfă este exclusivitatea, distinctivitatea, caracterul inimitabil, prezenţa unui grad avansat de noutate (originalitate), care este, de regulă, verificat prin consultarea bazelor de date, a publicaţiilor ştiinţifice, iar, în final, se manifestă în avantajele economice;

7. Obiectele proprietăţii industriale ca factori ai producţiei sunt destinate în primul rând creării altor bunuri de consum productiv, pe când destinaţia obiectelor ce ţin de domeniul dreptului de autor şi drepturilor conexe este preponderent una neproductivă, de ordin spiritual, estetic, orientată, de regulă, spre consumul final. Desigur, există şi obiecte ale proprietăţii intelectuale cu destinaţie dublă, cel mai elocvent exemplu, în acest sens, fiind software-le;

8. Activitatea de generare a bunurilor intelectuale dispune de o pondere limitata a producţiei-marfă în totalul produselor spirituale, ce se manifestă în faptul că doar o parte a lor este supusă comercializării. Specificul menţionat se referă, în primul rând, la brevetele de invenţie şi alte rezultate de ordin ştiinţific sau tehnologic.

Particularităţile expuse ale produselor intelectuale şi ale modalităţilor de posesie, folosinţă, dispoziţie, determină nu doar necesitatea unor forme juridice deosebite de protecţie, ci şi a unor procedee speciale de comercializare, fapt care conduce la consolidarea unui nou segment al pieţei, ce impune un grad de reglementare avansat din partea statului.

Aceste reglementări sunt încorporate în totalitatea actelor normative ce ţin de activitatea economică în ansamblu, în mod special, de funcţionarea domeniului ştiinţei şi inovării, protecţia proprietăţii intelectuale şi a concurenţei, dar şi în politicele, strategiile de stat privind încurajarea procesului inovativ, promovarea imaginii ţării pe pieţele internaţionale, modernizarea sistemului de proprietate intelectuală etc.

Comercializarea obiectelor de proprietate intelectuală ce se efectuează în conformitate cu principiile şi mecanismele pieţei, prezintă și un anumit specific în

funcţionarea noţiunilor fundamentale ale pieţei: cerere, ofertă, preţuri etc. Desigur, cercetarea legităţilor şi particularităţilor pieţei de produse intelectuale presupune, în primul rând, specificarea noţiunilor menţionate în contextul proprietăţii intelectuale. Diversitatea enorma a activităţilor intelectuale şi a destinaţiei lor a generatorilor şi consumatorilor acestora, impune necesitatea unor cercetări separate pe fiecare segment al pieţei de proprietate intelectuală, care în mod deosebit şi individual se încadrează în pieţele naţionale şi cea mondială de produse şi servicii.

Trăsăturile specifice ale cererii obiectelor de proprietate intelectuală. Cererea pe piaţa OPI, în mod special, pe piaţa inovaţională, şi, desigur, pe alte segmente ale pieţei de proprietate intelectuală, cum ar fi cele ale mărcilor sau obiectelor dreptului de autor şi drepturilor conexe, deţine particularităţi pronunţate determinate de originea şi destinația lor. Cele mai importante constau în următoarele:

1. Dispersarea în timp a cererii obiectelor de proprietate intelectuală poartă un caracter neuniform care se manifestă în faptul că în diferite perioade ale ciclului economic nivelul cererii deviază în mod diferit, comparativ cu alte segmente ale pieţei;

2. Capacitatea limitată de substituire a bunurilor intelectuale în calitate de factori ai producţiei, denotă caracterul restrâns al elasticităţii cererii. Această trăsătură determină posibilităţile reduse de promovare a vânzărilor şi încurajare a comercializării prin instrumentarul preţurilor;

3. Ca urmare a utilităţii şi destinaţiei specifice a obiectelor de proprietate industrială ce ţine preponderent de funcţionarea sectorului real al economiei, cererea pentru acestea este influenţată, în primul rând, de factorii eficienţei şi optimului economic, şi mai puţin de cei subiectivi, psihologici, aferenţi modei, gusturilor, tradiţiilor etc.

4. Solvabilitatea cererii obiectelor de proprietate industrială depinde, în cazul invenţiilor de produs, de cererea la produsele ce pot fi fabricate cu utilizarea lor. Prin urmare, ea poartă un caracter derivat de la cererea ulterioară a mărfurilor de consum final, fiind astfel obiectul unor pronosticuri economice;

5. Gradul înalt de incertitudine al profiturilor ce pot fi obţinute din utilizarea obiectelor de proprietate intelectuală provoacă riscuri sporite ce influenţează esenţial cererea, impunându-i un caracter imprevizibil. Acest specific a dat naştere unei modalităţi deosebite de finanţare a activităţii de inovare prin intermediul capitalului venture;

6. Prognoza cererii de produse intelectuale, de obicei, este influenţată de dificultăţi majore, cauzate de caracterul incert al creativităţii, al previziunilor şi scenariilor de dezvoltare tehnologică ulterioară. Astfel, K. Olson, preşedinte al

Digital Equipment Corp., SUA, în 1977 menţiona că „nu există nici un motiv pentru ca un om să dorească să aibă un ordinator la domiciliu”;[3]

7. Cererea nu afectează în mod proporţional preţul, funcţia respectivă fiind inversată. Astfel, extinderea cererii, de regulă, conduce la încheierea contractelor neexclusive de licenţă cu mai mulţi utilizatori, fapt care formează tendinţa de diminuare a tarifelor, creând condiții pentru diminuarea costurilor licențierii.

Studiul cererii de produse intelectuale presupune analiza structurii, dinamicii şi perspectivelor ei, evidenţierea principalelor grupe de consumatori, dispersarea pieţei cu specificarea cererii pentru fiecare segment în parte, inclusiv în cadrul acestora, pentru fiecare obiect al proprietăţii intelectuale, dar, bineînţeles, şi sub aspect teritorial şi ramural. Cercetările de marketing ale cererii produselor intelectuale depășesc semnificativ dimensiunile prezentului studiu, impunând abordări și aplicaţii speciale.

Pornind de la specificul bunurilor intelectuale în calitate de bunuri benefice societăţii, vom menţiona, totuşi, că nivelul optim al elaborării/producerii acestora nu se poate limita doar la cererea determinată în mod individual de consumatori. Evident, că în ceea ce priveşte, în primul rând, inovaţiile, caracterul lor benefic dictează în mod obiectiv oportunitatea încurajării suplimentare de către stat a cererii pe piaţa inovaţiilor.

Oferta pe piaţa proprietăţii intelectuale este determinată de capacităţile intelectuale ale oamenilor de creaţie şi, în mare măsură, de performanţele modalităţilor de încurajare a activităţii de creaţie şi inovare. Capacitatea de generare a noilor produse intelectuale este limitată de potenţialul creativ al savanţilor, inventatorilor, altor oameni de creaţie şi parţial de posibilităţile materiale ale societăţii, ce în fiecare perioadă de timp sunt restrânse în cadrul unor anumiţi parametri.

Conform statisticii mondiale, circa 93% din brevetele de invenţie înregistrate rămân neimplementate, aceeaşi soartă având şi o bună parte din rezultatele cercetărilor ştiinţifice, însă, concomitent, există numeroase solicitări de noi soluţii ştiinţifice şi tehnice ce rămân nesatisfăcute perioade îndelungate de timp. În această ordine de idei, vom menţiona problemele ce ţin de elaborarea surselor energetice alternative, inclusiv sinteza termonucleară, protecţia mediului ambiant, contracararea unor maladii ce afectează serios sănătatea (SIDA, cancer etc.), fapt care relevă îmbinarea excedenţei aparente a inovaţiilor şi cunoştinţelor cu deficitul lor pe segmente concrete ale cunoașterii.

[3] Apud: Băloiu L. M., Frăsineanu C., Frăsineanu I. Management inovațional. București: Ed. ASE 2007, p.45.

Oferta, în sensul ei strict economic, de asemenea, depinde de eficienţa sistemului de protecţie, deoarece doar protecţia juridică creează condiţii pentru securizarea bunurilor intelectuale, transformarea lor în mărfuri ca manifestare reală a ofertei. Desigur, ipotetic, produsele intelectuale pot fi comercializate şi fără acordarea protecţiei juridice. Însă, puţini sunt acei, ce ar risca să procure un produs al creaţiei spirituale neprotejat, care practic poate fi utilizat nestingherit de oricine, inclusiv de potențialii cumpărători. Dar şi vânzătorii, în cazul în care protecţia nu este asigurată, prin familiarizarea persoanelor terţe cu conţinutul creaţiei sale ce, de obicei, se efectuează în cadrul promovării mărfurilor şi reclamei lor, riscă să piardă controlul asupra valorificării creaţiilor sale.

Vom menţiona, de asemenea, că şi oferta mărfurilor de origine intelectuală dispune de o serie de particularităţi, principalele dintre acestea fiind următoarele:

1. În calitate de ofertă pe piaţa produselor intelectuale se manifestă totalitatea rezultatelor activităţii de creaţie supuse protecţiei juridice. Astfel, la nivel global, potenţialul ofertei obiectelor proprietății industriale este constituit din cca 5 mln de invenţii brevetate menţinute la moment în vigoare, cca 25 mln de mărci înregistrate, alte obiecte protejate ale creației intelectuale;

2. Nivelul ofertei de produse intelectuale este spontan, ca consecinţă a caracterului imprevizibil al creativităţii, a specificului procesului inovativ care, conform conceptului schumpeterian al antreprenoriatului inovaţional, se dezvoltă prin salturi, dar şi a gradului înalt de risc al investiţiilor în sectorul de cercetare, inovare și artă;

3. Dreptul patrimonial al titularilor asupra OPI, limitează accesul liber al terţilor la utilizarea obiectelor respective. Această limitare, ce dispune de o anumită conotaţie de ordin monopolist, nu este una absolută, ca în cazul unor resurse naturale nerecuperabile sau în cel al know-how-lui, ci una de ordin juridic, fapt care derivă din posibilitatea specifică a utilizării concomitente a produselor de origine intelectuală de un număr practic nelimitat de utilizatori;

4. Acordarea titularilor de OPI a unor drepturi de proprietate sporeşte competitivitatea între savanți, inventatori, artiști pentru elaborarea unor creații mai performante;

5. Oferta pe piaţa obiectelor de proprietate industrială este, de regulă, una exclusivă, racordată la o cerere individuală sau la cea a unor consumatori ţintă. Ca urmare, constatăm prezenţa unor posibilităţi reale pentru funcţionarea în domeniul inovaţional a IMM, axate pe activităţi individuale şi unice;

6. Oferta de OPI, de regulă, depăşeşte considerabil cererea. Astfel, practica mondială demonstrează că doar cca 5-7 % din invenţiile brevetate se implementează, iar ponderea celor comercializate este şi mai mică, deoarece o parte se valorifică în cadrul întreprinderilor-titular. Acest fenomen nu poate fi

considerat ca o manifestare a unei supraproducţii de bunuri intelectuale în sensul economic al noţiunii date, deoarece rezultatele elaborărilor pot servi ulterior drept temelie pentru conceperea unor invenţii mai performante. Nu poate fi trecut cu vederea nici faptul că C-D în mare măsură este finanțată de bugetele de stat fără destinații comerciale directe, iar activitatea de creație nu întotdeauna urmărește obținerea unor efecte economice. Depăşirea respectivă a ofertei atestă doar faptul că pe piaţa produselor intelectuale, conceptual lipseşte necesitatea echilibrului cererii şi ofertei, fiind inutile încercările de al instaura;

7. Prezenţa unor stocuri enorme de produse de origine spirituală nesolicitate, practic, nu conduce la diminuarea ofertei ulterioare a acestora ca în cazul mărfurilor tradiţionale de ordin material;

8. Spre deosebire de producătorii bunurilor materiale, principalii actori ai activităţii de creaţie – artiştii, savanţii, inventatorii etc., generează bunuri intelectuale chiar şi în cazul lipsei cererii. Aceştia, în opinia mai multor autori, deseori, se conduc în activitatea sa de alte principii decât cele pur economice, cum ar fi prestigiu, imaginea, atenţia publicului, curiozitatea, satisfacţia morală şi profesională etc.[4] Desigur, putem afirma că unele din aceste principii au conotaţii economice durabile.

În ansamblu, vom menţiona caracterul extrem de dificil al cercetării pieţei de proprietate intelectuală ca urmare a specificului mărfurilor expuse pe această piaţă, a lipsei unor date statistice complete referitor la comercializarea diferitelor tipuri de creaţii spirituale şi a caracterului confidenţial al unor tranzacţii, impus de oportunitatea menţinerii secretelor comerciale. Datorită lipsei de consistenţă fizică a produselor de origine intelectuală, rezultatele acestor tranzacţii, deseori, nu pot fi urmărite în mod explicit. Anumite dificultăţi de ordin tehnic în acest sens sunt create şi de posibilităţile oferite de Internet privind schimbul on-line de informaţii, prin intermediul căruia, actualmente, se efectuează şi operaţiuni de comercializare a cunoştinţelor, inclusiv cu titlu internaţional.

Cele mai importante particularităţi ale pieţei de proprietate intelectuală, ce depăşesc specificul cererii şi ofertei şi poziţionează în ansamblu segmentul respectiv al pieţei, se reduc la următoarele:

1. Caracterul imprevizibil al creaţiilor intelectuale şi riscurile avansate ale valorificării lor generează o dinamică neuniformă a tranzacţiilor pe piaţa OPI;
2. Piaţa proprietăţii intelectuale poartă un caracter decentralizat, ceea ce se manifestă în faptul că mărfurile respective nu sunt, de obicei, stocate în cadrul unor structuri comerciale specializate;

[4] A se vedea: Hagoort G. Managementul artelor în stil antreprenorial, Chişinău, Ed. Epigraf, 2005, P. 46.

3. Atât cererea, cât şi oferta produselor intelectuale practic nu sunt afectate de fluctuaţiile sezoniere cauzate de factorii naturali;

4. Discrepanţa între cerere şi ofertă, care persistă pe piaţa proprietăţii intelectuale, parţial, este cauzată de insuficienţa capacităţilor de estimare a potenţialului economic al inovaţiilor, nedorinţa de a renunţa la tehnologiile tradiţionale sau la partenerii ce livrează materii prime. În ramurile scientofage oferta, deseori, nu este în stare să facă faţă cererii de cunoştinţe şi tehnologii performante care este în permanentă extindere;

5. Tranzacţiile pe această piaţă se efectuează în baza unor contracte speciale de licenţă şi cesiune cu un specific pronunţat ca urmare a caracterului unic al creaţiilor ntelectuale şi a condiţiilor deosebite de valorificare a acestora;

6. Piaţă proprietăţii industriale are un nivel înalt de instituţionalizare ca urmare a rolului exclusiv al produselor intelectuale în dezvoltarea economică şi socială, a riscurilor avansate pe care le implică procesul de lansare şi aplicare a creaţiilor noi, a receptivităţii insuficiente a sectorului real al economiei naţionale faţă de valorificarea invenţiilor ce se manifestă în reglementări şi înregistrarea contractelor de comercializare a OPI;

7. În cazul transferului tehnologic comercializarea prezintă un proces complex şi îndelungat ce include, de obicei, domeniile de asistenţă tehnică, servicii de consulting, engineering şi cele din cadrul garanţiilor acordate de condiţiile contractului;

8. Caracterul specific al formării preţurilor OPI constă în evaluarea individuală a fiecărui obiect în parte, dominată de principiile economiei de piaţă bazate pe viitoarele efecte ale valorificării lor;

9. Tendinţele monopoliste de pe piaţa produselor intelectuale, specificul formării valorii şi preţurilor asigură, de obicei, o rată înaltă a profitului ca urmare a unei diferenţieri a costurilor iniţiale şi efectelor ulterioare, în baza cărora se efectuează evaluarea costurilor tranzacţiilor de licenţiere şi cesiune;

10. Profiturile majore au menirea de a compensa costurile substanţiale ale inovări şi ale riscurilor (pierderilor) cauzate de ponderea înaltă a creaţiilor nevalorificate, dar şi de a încuraja creativitatea şi inovarea.

Modalităţi de comercializare a obiectelor de proprietate intelectuală. Gradul avansat de vulnerabilitate al posesiei proprietăţii intelectuale, dar şi caracterul exclusiv şi complex al tranzacţiilor cu obiectele acesteia au impus aplicarea unor modalităţi specifice de comercializare, diferite de cele practicate în cazul comerţului cu mărfuri tradiţionale de ordin material. Astfel, transmiterea în folosinţă şi înstrăinarea drepturilor asupra obiectelor de proprietate intelectuală cel

mai frecvent se realizează prin intermediul unor contracte speciale între titulari şi utilizatori, prin procedurile de *licenţiere* şi *cesiune*.

Aplicarea noţiunilor de licenţiere şi cesiune, în aparenţă, ne îndepărtează de natura modalităţilor de comercializare a mărfurilor tradiţionale, în raport cu care, de obicei, se operează cu termeni gen *vânzare, cumpărare*, *arendă, leasing* etc. În opinia noastră, utilizarea unor noţiuni specifice este urmare atât a particularităţilor procesului de înstrăinare şi transmitere spre valorificare a proprietăţii intelectuale, cât şi a unei evoluţii îndelungate în condiţii de izolare a domeniului de aplicare comercială a creaţiilor spirituale de comercializarea produselor de ordin material. În cercetarea şi funcţionarea altor segmente ale pieţei, nu mai puţin specifice, cum ar fi piaţa forţei de muncă sau cea a capitalului, la fel, menţionăm prezenţa unei terminologii deosebite şi a unor noţiuni specifice impuse de particularităţile proceselor respective. Astfel, în cazul pieţei forţei de muncă, în sensul vânzării-achiziţionării ei, se aplică noţiunea de *angajare*, iar în cel al preţului, termenul de *salariu*. Pe piaţa capitalului, întru desemnarea preţului acestuia, se aplică termenul de *dobândă*, fapt care nicidecum nu subminează caracterul comercial al tranzacţiilor respective. De altfel, depozitele şi creditele bancare pot fi asociate cu închirierea (locaţiunea) capitalului, şi nu cu vânzarea-cumpărarea lui, deoarece ultima este lipsită de sens, mijloacele de plată reprezentând însuşi obiectul tranzacţiei.

Licenţierea este principala formă a comercializării obiectelor de proprietate intelectuală, care se aplică nu doar în cazul brevetelor de invenţie, ci şi în cel al secretelor comerciale (know-how), designului industrial, mărcilor, obiectelor dreptului de autor, inclusiv software etc. Prin procedura de licenţiere se obţine dreptul de a valorifica obiectul proprietăţii intelectuale în anumite scopuri şi condiţii, pentru anumite perioade de timp şi spaţii geografice. În cadrul licenţierii titularul (licenţiarul) transmite licenţiatului doar dreptul de folosinţă, rezervându-şi dreptul de proprietate asupra creaţiei sale.

Tipologia licenţierii include mai multe tipuri de licenţe: exclusive şi neexclusive (simple), limitate (parţiale) şi nelimitate, licenţe obligatorii, deschise, încrucişate (cross-licenţe), sublicenţe etc., clasificarea lor fiind astfel posibilă după mai multe criterii. Această multitudine rezultă din diversitatea obiectelor de proprietate intelectuală şi din numeroase şi variate condiţii de comercializare a lor.

Cesiunea obiectelor de proprietate intelectuale prezintă o transmitere în totalitate a drepturilor patrimoniale asupra lor de la titular (cedent/assignor) către utilizator (cesionar/assignee), fiind de fapt echivalentul unei tranzacţii de vânzare-

achiziţionare.[5] Contractele de cesiune, la fel, pot fi clasificate conform mai multor criterii, însă în practica de transmitere a drepturilor nu se aplică o varietate foarte largă a licențierii.

În literatura de specialitate tipologia licenţierii şi cesiunii, cea a contractelor respective, specificul, principiile şi tendinţele comercializării OPI sunt descrise destul de detaliat, devenind deja modalităţi şi instrumente tehnice tradiţionale ale transferului comercial de creaţii intelectuale.[6]

Funcţionând ca un mediu deosebit de dinamic, piaţa obiectelor de proprietate industrială în permanenţă impune noi procedee de comercializare. O formă relativ nouă de utilizare comercială a rezultatelor activităţii intelectuale este *franchisingul*, care în traducere din franceză înseamnă „liber de servitute". Franchisingul reprezintă o activitate pe larg răspândită în ţările cu o economie de piaţă matură. Esenţa lui constă în acordarea de către franchiser a dreptului de aplicare a unor mărci de produse sau servicii, nume comerciale, tehnologii sau altor produse intelectuale ce conţin cunoştinţe, informaţii, tehnici comerciale noi etc., cu condiţia respectării conceptului businessului, a calităţii produselor sau serviciilor şi achitării unei remuneraţii pentru dreptul de utilizare a mărcii şi asistenţă direcţionată în implementarea şi menţinerea nivelului tehnologic. Astfel, ea este o formă specifică de aplicare comercială a proprietăţii intelectuale ce se asociază cu licenţierea, care s-a extins cel mai mult în reţelele de alimentaţie, businessul hotelier şi alte tipuri de servicii. În ţările CSI, mai ales în cele în care lipsesc prevederi legale privind activitatea de franchising, acesta deseori se practică sub acoperirea contractelor de distribuţie exclusivă sau de concesiune comercială.

Comercializarea OPI poate fi efectuată şi în cadrul altor tipuri de contracte comerciale, cum ar fi contractele de know-how sau de leasing al echipamentelor performante, de achiziţionare a utilajelor ce întrunesc tehnologii avansate, cele de colaborare sau asistenţă tehnico-ştiinţifică, livrare a informaţiei tehnologice, engineering, consulting etc. Gajarea la fel este o formă comercială firească de utilizare a proprietăţii intelectuale, pe larg răspândită în Occident. Desigur, în cazurile când know-how-ul se referă la o invenţie brevetată sau alt obiect de proprietate industrială, comercializarea lui are loc în cadrul licenţierii sau cesiunii. Însă, dacă secretul comercial este separat de invenţia brevetată constituind un

[5] Oportunitatea asocierii cesiunii cu vânzarea OPI este pe larg reflectată în literatura de specialitate: Macovei I. Dreptul proprietăţii intelectuale Ed. 2, Bucureşti: Editura C.H.Beck, 2007, P.114; Introducere în proprietatea intelectuală, Bucureşti, Editura Rosetti, 2001,p. 65; Борохович Л., Монастырская А., Трохова М. Ваша интеллектуальная собственность, СПб: Питер, 2001, P. 240, 253 etc.

[6] Introducere în proprietatea intelectuală, P. 65-91; Блинников В.И., Дубровская В.В., Сергиевский В.В. Патент: от идеи до прибыли, Москва: Мир, 2002, P. 300-314; Цыбулёв П.Н. Маркетинг интеллектуальной собственности, Киев: ГИИС, P. 124-132, 166-175.

obiect inovaţional de sine stătător, tranzacţia se efectuează în baza unui contract de know-how.

Cerinţa privind încheierea în formă scrisă a contractelor de comercializare a obiectelor de proprietate industrială este, practic, una comună tuturor actelor legislative ce reglementează protecţia şi valorificarea lor în diverse ţări, aceasta fiind frecvent aplicată ca urmare a posesiei dificile, responsabilităţilor majore şi riscurilor avansate.

Referitor la avantajele pe care le prezintă diferite modalităţi de comercializare a obiectelor de proprietate intelectuală şi transfer tehnologic, în literatură există mai multe argumente în favoarea licenţierii vizavi de cesiune. Printre cele mai importante vom menţiona următoarele: [7]

- obţinerea accesului la resursele financiare şi umane ale licenţiatului;
- pătrunderea pe pieţele controlate de licenţiat. Extrem de importante, în acest context, sunt pieţele străine;
- păstrarea posibilităţii de valorificare a produsului intelectual de către licenţiar, în cazul licenţei neexclusive sau după expirarea celei exclusive;
- obţinerea anumitor avantaje prin asocierea licenţierii cu comercializarea unor mărfuri şi servicii utilizate, de regulă, în comun cu produsele intelectuale respective. Cel mai elocvent este exemplul softurilor, licenţierea cărora se asociază cu succes cu comercializarea computerelor;
- facilitarea accesului la unele tehnologii şi servicii, care în alte condiţii urmează a fi permis doar contra plată.

Comercializarea obiectelor dreptului de autor, de asemenea, se realizează preponderent prin intermediul licenţierii. În domeniul dreptului de autor licenţierea tinde să se transforme într-o noţiune generică, care deseori, se aplică pentru o gamă mai largă de tranzacţii, decât nemijlocit cele ce se efectuează în baza contractelor de licenţă. Astfel, în unele cazuri, contractele de licenţă întrunesc prevederi ce ţin şi de domeniul cesiunii.

Contractele, care însoţesc comercializarea obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe sunt, de obicei, diversificate şi cuprind diferite categorii de opere: contracte de editare, contracte scenografice, de execuţie muzicală, reprezentare teatrală, contracte de reproducere a operelor de artă plastică, de adaptare, de închiriere a operei etc**.**[8]

[7] A se vedea în detalii: Кененбаева Э. Лицензионное соглашение как способ комерциализации РИД//Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность, № 4 2011, P. 60-65.
[8] A se vedea mai detaliat: Dănilă L. Dreptul de autor şi dreptul de proprietate industrială, Ed. C.H.Beck, Bucureşti: 2008, P. 131-172.

Uneori, obiectele dreptului de autor sunt executate la comandă, încheierea contractelor anticipând crearea lor. Această modalitate se aplică mai frecvent în cazul operelor de artă plastică, celor literare, cinematografice şi în cercetările aplicative.

În comercializarea către consumatorii finali a unor obiecte ale dreptului de autor şi drepturilor conexe, cum ar fi operele muzicale, literare, etc. contractarea individuală de către autori a operelor sale are o pondere nesemnificativă, fiind practic puţin posibilă. Principalii actori pe segmentul pieţei dreptului de autor şi drepturilor conexe sunt organizaţiile de gestiune colectivă a valorificării operelor literare, muzicale etc.

În legislaţia din ţările CSI contractele de utilizare comercială a creaţiilor respective sunt, de obicei, definite ca contracte de autor, pe când în Occident, preponderent se aplică termenul "licenţiere". În această ordine de idei, vom menţiona că unii specialişti în domeniul proprietăţii intelectuale, cu referire la ediţiile OMPI şi la faptul că în majoritatea ţărilor occidentale legislaţia nu prevede încheierea contractelor de autor, susţin opinia precum că acestea nu sunt altceva, decât nişte anacronisme moştenite din perioada sovietică.[9] Împărtăşim această opinie şi optăm pentru alinierea la terminologia utilizată în Occident, deoarece tendinţele actuale de globalizare a industriilor muzicale, a pieţei de produse informaţionale, altor segmente ale pieţei OPI, inevitabil vor promova o terminologie unică.

Modalităţile de plată pe piaţa proprietăţii intelectuale. Multitudinea şi diversitatea creaţiilor intelectuale şi varietatea procedeelor de comercializare a acestora, incertitudinea obţinerii unor efecte economice imediate din aplicarea lor, au dat naştere unor particularităţi şi modalităţi de plată practicate în cadrul licenţierii (cesiunii) bunurilor intelectuale, dar şi a unei terminologii distincte aplicate în relaţiile de comercializare a obiectelor respective. Astfel, principalele modalităţi de plată utilizate în cadrul comercializării OPI sunt: achitarea unor sume forfetare (plăţi pauşale), redevenţele (royalty), metoda combinată de plată, onorariile etc.

Sumele forfetare reprezintă plăţi fixe, achitate integral sau în rate, cuantumul cărora este calculat şi convenit anterior şi care nu depinde de condiţiile şi efectele valorificării obiectelor tranzacţionate. În Occident această modalitate de plată, de obicei, se practică mai mult pentru unele tipuri de servicii tehnice. Economiilor în tranziţie le este caracteristică o sferă mai largă de aplicare a acesteia. Sumele

[9] Судариков С.А. Интеллектуальная собственность, Москва: Издательство деловой и учебной литературы, 2007, P. 639-640.

forfetare în calitate de modalitate de plată se utilizează atât în cazul licenţierii, cât şi al cesiunii.

Redevenţele sunt plăţi succesive ce se achită în cazul comercializării OPI, cuantumul cărora este determinat de rezultatele economice reale obţinute din utilizarea lor. Ultimele pot fi exprimate în funcţie de cifrele de afaceri atinse, profiturile obţinute, volumele naturale de producţie fabricată/servicii prestate etc. Deseori, cuantumul redevenţelor este stabilit ca o pondere în preţul de vânzare a fiecărui produs fabricat cu utilizarea invenţiei tranzacţionate, comercializat cu aplicarea mărcii respective etc.

Onorariul, sub aspect conceptual, constituie plata, remuneraţia unui intelectual ce practică o profesie liberă (scriitor, artist, avocat, medic etc.), pentru serviciile prestate în sfera sa de activitate. Fiind cunoscut mai mult ca o modalitate de plată pentru creaţiile din domeniul dreptului de autor şi drepturilor conexe, vom menţiona că onorariul se aplică şi în contextul proprietăţii industriale, în cazul diverselor servicii de ordin tehnic şi consulting aferente atât contractelor de licenţă, cât şi celor de cesiune.

Dividendele reprezintă remunerarea pe care o poate obţine titularul de drept al unui obiect de proprietate intelectuală încorporat în capitalul social al unei societăţii pe acţiuni care, de asemenea, constituie o utilizare comercială a produselor intelectuale. Deseori, această modalitate de plată este combinată cu sumele forfetare sau redevenţele.

Piaţa OPI, dispunând de un grad suficient de separare de celelalte segmente ale pieţei, totodată, admite în raport cu acestea unele suprapuneri și domenii comune. Astfel, piaţa produselor şi serviciilor scientointensive şi tehnologiilor avansate nu este doar o piaţă a mijloacelor de producţie, ci concomitent, în măsura în care mărfurile expuse, sunt un rezultat al aplicării produselor intelectuale supuse protecţiei, şi o piaţă a PI.

Piaţa forţei de muncă calificate este şi o piaţă în mod integral încorporată în domeniul proprietăţii intelectuale, deoarece salariul în calitate de preţ al forţei de muncă este un instrument al încurajării activităţii de creaţie. Pe piaţa forţei de muncă se comercializează şi capacităţile intelectuale ale angajaţilor, care sunt inseparabile de purtătorii forţei de muncă.

Referitor la piaţa mărfurilor tradiţionale vom menţiona prezenţa unor suprapuneri ale pieţei utilajelor performante şi produselor noi cu piaţa proprietăţii intelectuale. Astfel, segmentele tradiţionale ale pieţei produselor/serviciilor şi piaţa proprietăţii intelectuale dispun de un grad relativ avansat de intercalare.

Totodată, lotul imens al cunoştinţelor neprotejate juridic, din punct de vedere pur formal, desigur, depăşeşte dimensiunea proprietăţii intelectuale în sens restrâns ca totalitate a drepturilor asupra unor creații intelectuale.

Segmentarea pieţei obiectelor de proprietate intelectuală, la modul cel mai general, reprezintă identificarea unor categorii de consumatori ai PI cu nevoi similare sau apropiate, de asemenea, a unor tipuri de OPI desinate acestora. Ea include următoarele elemente: piaţa operelor literare; a celor audiovizuale; a creaţiilor de artă plastică; piaţa programelor pentru calculator şi a informaţiilor, inclusiv a bazelor de date; piaţa mijloacelor de individualizare; piaţa brevetelor de invenţie; cea a designului, know-how-ului; a rezultatelor C&D etc. Ultimele patru elemente prezintă o piaţă a inovaţiilor şi, în mare măsură, se asociază cu aşa-numitul transfer tehnologic. În calitate de noţiune generică pentru desemnarea tuturor segmentelor menţionate ale pieţei, deseori, se aplică termenul *piaţă a cunoştinţelor*. Bineînţeles, aceasta nu întruneşte toate segmentele pieţei de proprietate intelectuală. Astfel, piaţa operelor de artă, a celor audiovizuale, a semnelor distinctive etc. nicidecum nu se încadrează în piaţa cunoştinţelor.

Totalitatea cunoştinţelor cu caracter aplicativ, sistematizate în descrieri de brevet, rapoarte de cercetare, know-how, elaborări tehnologice, regulamente şi instrucţiuni de ordin tehnic etc., utilizate în activitatea de producţie şi de prestare a serviciilor, constituie în esenţa sa miezul tehnologiei. Aceasta reprezintă modalităţile, măiestria obţinerii şi prelucrării materiei, încorporând, de asemenea, uneltele, tehnicile şi operaţiunile aferente, ce asigură o transformare a procesului de producţie.[10] UNCTAD defineşte tehnologia ca o totalitate a cunoştinţelor utilizate în procesul de producere sau prestare a serviciilor.[11] Tehnologia se detaliază în documentaţia menţionată în care sunt descrise operaţiunile, modalităţile de aplicare, cerinţele, metodele de efectuare a lucrărilor, calculele şi proiectele de construcţie a unor utilaje sau produse etc.

Transmiterea tehnologiilor noi de la titulari (autori, inventatori) către utilizatori se efectuează în cadrul transferului tehnologic. În sens larg, transferul tehnologic încorporează diverse modalităţi de difuzare a cunoştinţelor la nivel naţional şi internaţional şi nu se limitează la formele comerciale de transmitere a acestora, ci le include şi pe cele noncomerciale. Forma comercială a transferului tehnologic se extinde, în primul rând, asupra domeniului de proprietate industrială şi include activităţile de achiziţionare a tehnologiilor noi, de multe ori împreună cu utilajele şi echipamentele respective, cele ce se derulează în cadrul desfăşurării expoziţiilor, schimburilor de experienţă, operaţiunile de franchising, leasing, prestarea serviciilor de engineering, diverse forme de colaborare şi acordare a asistenţei în domeniul ştiinţei şi tehnicii, inclusiv în cadrul creării întreprinderilor

[10] A se vedea mai detaliat diversitatea definiţiilor tehnologiei: Huţu C-A. Cultura organizaţională şi transfer de tehnologie, ECONOMICA, Bucureşti: 1999, P. 43-64.
[11] UNCTAD Doc. TD/CODE TOT/4/1983 P. 2.

mixte, cooperării ştiinţifice şi celei de producţie. Obiectele dreptului de autor sunt cuprinse în transferul tehnologic doar în limita activităţilor şi domeniilor ce ţin de transferul tehnologiilor informaţionale şi al rezultatelor obţinute în cadrul cercetărilor ştiinţifice.

Cele mai importante segmente ale pieţei de proprietate intelectuală, ca pondere, sunt: piaţa inovaţiilor, a francizelor, a programelor pentru calculator, piaţa produselor audio şi video, piaţa operelor literare (producţiei tipografice), cea a software. Fiecare reprezintă un domeniu imens cu un specific pronunţat şi merită o abordare separată. Această afirmaţie în deplină măsură se referă şi la aspectele teritoriale ale segmentării pieţei de proprietate intelectuală, dar şi a celor ramurale, mai ales în contextul pieţei inovaţiilor.

Concomitent, vom menţiona faptul că o bună parte din rezultatele activităţilor de cercetare şi inovare sunt comercializate fără a fi brevetate. Cauzele renunţării la brevetare sunt de fiecare dată diferite, predominând necesitatea păstrării secretelor tehnice cu caracter comercial. Protecţia produselor intelectuale menţionate se asigură în baza prevederilor legislaţiei privind secretele comerciale, iar pentru definirea obiectului supus protecţiei, deseori, se utilizează noţiunea de know-how. În Occident, ponderea în transferul tehnologic a tranzacţiilor cu tehnologii nebrevetate este comparabilă cu cea a invenţiilor brevetate. În ţările în tranziţie, comercializarea know-how-urilor încă nu s-a transformat într-un segment conturat al pieţei inovaţiilor.

Piaţa mondială a proprietăţii intelectuale s-a constituit mult mai târziu, comparativ cu cea a mărfurilor şi serviciilor tradiţionale, dar în schimb mult mai rapid. Caracterul cosmopolit al ştiinţei, cunoaşterii şi creaţiei accelerează procesul, impulsionând în mod inevitabil tendinţele de globalizare a pieţei proprietății intelectuale.

Parametrii cantitativi ai pieţei mondiale de proprietate intelectuală sunt comparabili, iar în unele cazuri i-au depăşit pe cei ai unor segmente tradiţionale, cum ar fi piaţa mondială a produselor alimentare, cea a resurselor naturale şi energetice etc. Piaţa proprietăţii intelectuale care a atins capacitatea anuală de 2,5-3 trilioane USD, nu este doar cel mai nou, ci şi cel mai dinamic segment al pieţei mondiale. Dacă ritmurile anuale de creştere a economiei mondiale pe parcursul ultimilor două decenii, până la declanşarea actualei crize economico-financiare, constituiau cca 3%, cele ale comerţului internaţional cca 6-7%, comerţul internaţional cu produse intelectuale s-a extins cu ritmuri de creştere anuală exprimate prin numere din două cifre.

Tendinţele de liberalizare continuă a comerţului internaţional au condus la elaborarea şi semnarea în 1993 a Acordului TRIPS, destinat unificării modalităţilor

de protecţie a proprietăţii intelectuale în ţările subdezvoltate cu standardele aplicate în cele dezvoltate. Anume ultimele au iniţiat şi promovat semnarea Acordului nominalizat, deoarece sunt în primul rând interesate de asigurarea protecţiei eficiente a proprietăţii intelectuale în cadrul comerţului internaţional.

Intelectualizarea, internaţionalizarea şi dematerializarea activităţilor economice, dezvoltarea vertiginoasă a Internetului ca urmare a potenţialului economic şi social enorm, au generat schimbări majore ale pieţei. Acestea s-au produs atât prin încorporarea în componenţa ei a unui nou segment ce întruneşte totalitatea mărfurilor de origine intelectuală, cât şi prin aplicarea şi promovarea unor noi tehnologii inovatoare de organizare a afacerilor on-line şi, în primul rând, a comerţului electronic. Astfel, însuși comerţul devine un teren de aplicare a unor noi tehnologii organizaţionale.

Piaţa produselor contrafăcute. În ultimele decenii aceasta s-a transformat în una din cele mai serioase provocări ale domeniului proprietăţii intelectuale. Contrafacerea prezintă o utilizare ilicită a OPI fără autorizarea titularului, în scopuri de producţie. Noţiunea de contrafacere, de regulă, se aplică concomitent cu cele de piraterie şi falsificare.

În mediul antreprenorial, dar şi în literatura consacrată proprietăţii intelectuale, s-a configurat opinia de asociere a contrafacerii cu utilizarea ilicită a obiectelor de proprietate industrială, mai ales a mărcilor, iar a pirateriei – cu încălcările în domeniul dreptului de autor şi drepturilor conexe.[12] În ediţia oficială a OMPI *Introducere în proprietatea intelectuală*, contrafacerea este tratată ca o imitare a produsului original, iar pirateria ca o copiere neautorizată.[13] Într-adevăr, ultima este practicată mai mult în sfera dreptului de autor datorită aplicării tehnologiilor performante de multiplicare, care de altfel, asigură o calitate impecabilă a copierii.

În opinia noastră, terminologia utilizată pentru desemnarea proceselor şi produselor obţinute în urma încălcării drepturilor de proprietate intelectuală deocamdată nu s-a cristalizat definitiv. Noţiunea de piraterie are o conotaţie mai mult emoţională şi subiectivă. Deloc întâmplător este faptul că *Dictionnaire compare du droit d'auteur et du copyright* include, în contextul dreptului de autor şi drepturilor conexe, doar termenul de *contrafacere*, ignorându-l totalmente pe cel de *piraterie.*[14]

Fenomenele în cauză au existat începând cu cele mai străvechi timpuri. Însă, doar în a doua jumătate a sec. XX, ele au căpătat o amploare deosebită ce afectează

[12] Idris K. Op.cit., P. 181-193, 248
[13] Introducere în proprietatea intelectuală, Bucureşti: Editura Rosetti, 2001, P. 155,195.
[14] Dictionnaire comparé du droit d'auteur et du copyright, Paris: CNRS EDITIONS, 2003, P. 54, 191-192.

serios activitatea economico-socială şi subminează funcţionarea domeniului de proprietate intelectuală. Posibilităţile de contrafacere şi piraterie s-au amplificat remarcabil în epoca Internetului şi a noilor tehnologii informaţionale, care oferă soluţii principial noi, mult mai accesibile pentru utilizarea cu rea-credinţă a obiectelor de proprietate industrială şi multiplicarea neautorizată a softurilor, operelor literare şi a celor audiovizuale.

În opinia experţilor, ponderea produselor contrafăcute constituie cca 5-7% din totalul comerţului mondial cu produse şi servicii, fiind în continuă creştere. Cel mai puternic sunt afectate ţările în curs de dezvoltare şi în tranziţie, în care ponderea produselor contrafăcute pe unele segmente ale pieţei atinge cotaţiile de la 30 la 50%, iar a celor de pe segmentele softurilor, producţiei video şi audio, respectiv, 70, iar uneori chiar 90%.

Cei mai mari producători de mărfuri contrafăcute sunt China, Filipine, Vietnam, Rusia, Ucraina, Brazilia, Pakistan, Paraguay. Mai mult de 2/3 din producţia mondială contrafăcută îi revine Chinei. Conform informaţiilor Organizaţiei Mondiale a Sănătăţii, până la 60% din medicamentele comercializate în ţările în curs de dezvoltare sunt contrafăcute. Chiar şi în unele ţări dezvoltate, cum ar fi SUA, Franţa şi Japonia nivelul pirateriei de produse audio şi video atinge cotele de 30-40 %.

Impactul negativ al contrafacerii şi pirateriei constă în criminalizarea economiei, diminuarea bugetelor publice care suportă cele mai mari pierderi, provocarea unor prejudicii companiilor ce activează în cadrul legal, reducerea ocupației legale a forţei de muncă, perturbarea pieţelor naţionale şi a celor mondiale, prejudicierea sănătăţii populaţiei, afectarea investiţiilor străine. În această ordine de idei, vom menţiona că marile corporaţii, de obicei, tind să nu investească în ţările şi sectoarele cu un risc sporit de contrafacere şi piraterie

Principalele premise ale extinderii contrafacerii şi pirateriei s-au format în urma loialităţii opiniei publice, iar uneori şi a organelor de stat din unele ţări faţă de fenomenul în cauză, fapt care diminuează preocupările de respectare a drepturilor de proprietate intelectuală, iar uneori dau naştere unor tendinţe de boicotare a iniţiativelor de combatere a contrafacerii[15];

Printre cauzele directe ale creşterii contrafacerii şi pirateriei, bineînţeles, se numără tendinţele de majorare a costurilor pentru elaborarea şi promovarea produselor şi creaţiilor noi, profiturile imense ce pot fi obţinute din utilizarea lor ilicită, apariţia unor modalităţi tehnice performante şi tehnologii gen peer-to-peer, ce facilitează semnificativ utilizarea neautorizată a creaţiilor spirituale, transformând-o într-o problemă globală.

[15] Конов Ю.П., Гончеаренко Л.П. Рынок интеллектуальной собственности. Москва: Экономика, 2010, P. 380, 385.

Căile de remediere şi depăşire a practicilor frauduloase de contrafacere ţin de eforturile depuse la nivel naţional, dar, în primul rând, de asumarea şi respectarea angajamentelor internaţionale. Cel mai important document în acest sens este Acordul TRIPS.

Ţările subdezvoltate şi cele în tranziţie se confruntă cu dificultăţi serioase în realizarea prevederilor Acordului TRIPS, deoarece cerinţele lui impun măsuri concrete în privinţa limitării posibilităţilor de utilizare ilicită a obiectelor de proprietate intelectuală şi asigurării unui tratament al titularilor străini egal cu cel al întreprinderilor şi cetăţenilor săi. În acest context, vom menţiona că ţările subdezvoltate nu sunt direct interesate de menţinerea unui grad sporit de protecţie a proprietăţii intelectuale, deoarece el nu le creează avantaje concurenţiale reale. Mai mult decât atât, ţările respective îşi pot impulsiona dezvoltarea tehnologică în cazul unei protecţii mai puţin avansate a proprietății intelectuale în baza implementării unui model imitaţional al inovării. Unele ţări din zona Asia-Pacific în ultimele decenii au urmat cu succes această cale.

Un alt tratat internaţional recent, menit să limiteze comerţul cu produse contrafăcute şi pirateria digitală a fost Acordul ACTA încheiat în octombrie 2011 la Tokyo, apărut ca răspuns la extinderea enormă a fenomenului la nivel global. El însă a stârnit proteste masive în mai multe ţări, inclusiv europene, care au aprins spiritele împotriva protecţiei proprietăţii intelectuale în ansamblu.

În opinia noastră, acordul menţionat, a adus domeniului protecţiei proprietății industriale mai multe prejudicii decât foloase, deoarece în cadrul protestelor în modul cel mai serios se invocau argumente, precum că pirateria pe Internet nu este un furt. Ele se întemeiau pe afirmaţia ce presupune că furtul este o deposedare, pe când pirateria implică doar multiplicarea în cadrul căreia opera nu este vătămată.[16] Această abordate ignorează însuşi specificul posesiei proprietăţii intelectuale ce provine din caracterul ei imaterial şi, prin urmare este o caracteristică extrem de vulnerabilă. Deloc întâmplător faptul că acest acord așa și nu a intrat în vigoare, deoarece nu a fost ratificat de numărul necesar de țări.

Tendinţele de ultimă oră ale evoluţiei pieţei de PI se axează pe expansiunea ei continuă, creşterea ponderii în comerţul extern şi intern, aprofundarea intervenţiei statului în reglementarea funcţionării ei, mai cu seamă în cadrul încurajării procesului inovaţional, creşterea costurilor aferente cercetărilor ştiinţifice şi elaborărilor inovative, dar şi a celor de promovare a mărcilor. O altă tendinţă importantă este diminuarea treptată a ritmurilor de creştere a pieţei de proprietate intelectuală cu păstrarea poziţiilor atinse. Aceste evoluții se înscriu în

[16] http//ziarulpunct.ro/index.php/component/article/21-puncte-de-vedere/1277-d…

mod integral în tendinţa generală de dematerializare a activităţilor economice, proces demarat în a doua jumătate a sec. XX. Actualmente, în ţările dezvoltate, ponderea activelor imateriale în cele pe termen lung a depăşit cota de 50%.

Astfel, aprofundarea diviziunii sociale a muncii şi a proceselor de globalizare, extinderea pieţei produselor intelectuale, dominaţia relaţiilor de piaţă, în situaţia în care asigurarea protecţiei lor juridice este singura modalitate de transformare în mărfuri, conduce la o evoluţie ascendentă a protecţiei produselor intelectuale.

II. INDICATORII STATISTICI AI PROTECŢIEI OBIECTELOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ (OFERTA PE PIAȚA OPI)

Indicatorii statistici ai protecţiei proprietăţii intelectuale practic reprezintă oferta pe piața OPI, deoarece anume acordarea produselor intelectuale a unei protecții juridice confirmate în cazul proprietății industriale prin titlurile de protecție (brevete de invenție, certificate pentru mărci, design industrial etc.) le transformă în mărfuri, creând posibilități indispensabile comercializării lor. Analiza indicatorilor statistici ai protecţiei proprietăţii intelectuale în Republica Moldova face posibilă elucidarea tendinţelor privind evoluţia cuantumului de OPI expuse pe piață și prin urmare potențialul ipotetic al ofertei acestora.

În contextul asigurării protecției juridice prin acordarea titlurilor de protecţie şi înregistrarea la AGEPI cu estimarea pe această cale a ofertei OPI vom menționa următorii indicatori:

- numărul de brevete înregistrate;
- numărul de brevete menținute în vigoare (valabile);
- numărul de mărci înregistrate;
- numărul de mărci valabile;
- numărul de DMI înregistrate;
- numărul de DMI valabile;
- numărul soiurilor de plante înregistrate;
- numărul soiurilor de plante valabile;
- opere ale dreptului de autor și drepturilor conexe înregistrate la AGEPI[*].

Din momentul creării Sistemului naţional de PI, activitatea de brevetare/înregistrare a obiectelor de proprietate industrială, iar din 2005 şi cea de înregistrare a obiectelor ocrotite de dreptul de autor şi drepturile conexe sunt monitorizate de AGEPI. Informațiile statistice respective sunt publicate pe site-ul http://agepi.gov.md/.

Activitatea de brevetare a invenţiilor este considerată drept cel mai important indicator al dezvoltării tehnologice a societății. Dinamica depunerii pe cale națională a cererilor de brevetare a invențiilor, soiurilor de plante și de înregistrare a modelelor de utilitate (1993-2013) este prezentată în Tabelul 1. Datele, confirmă un trend neuniform al procesului de depunere a cererilor, influenţat de crizele economice declanşate în anii 1998 şi 2008 , dar şi de

[*] Specificul acordării necondiționate a protecției obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe fără eliberarea unor titluri speciale, practic exclude posibilitatea estimării cuantumului operelor supuse protecției și expuse pe această cale pe piață. Înregistrarea practicată de oficiile naționale de PI a creațiilor respective nu sporește gradul protecției acestora, ci doar acordă argumente suplimentare în cadrul soluționării litigiilor.

utilizarea de către AGEPI, în anii 1996-1997, a unor bonuri privind scutirea de plata taxelor de depunere şi examinare a cererilor de brevet, aplicate în scopul încurajării activităţii inventive. În mod evident, aceste tendinţe se manifestă în cazul brevetelor clasice, eliberate în baza examinării de fond. Indicatorii protecţiei modelelor de utilitate şi a invenţiilor prin brevet de scurtă durată nu reflectă tendinţele menţionate ca urmare a substituirii, în 2008, a MU cu BISD. Referitor la brevetele pentru soi de plantă vom menţiona că numărul minuscul şi caracterul extrem de îndelungat (20-25 ani) al elaborării, nu permite înregistrarea unor tendinţe evidente ale evoluţiei lor. Totodată, rolul agriculturii în economia țării noastre impune examinarea segmentului menţionat ce dispune de un potențial mare pe piața OPI.

Tabelul 1

Dinamica eliberării brevetelor de invenție, brevetelor de invenție de scurtă durată, brevetelor pentru soi de plante și certificatelor pentru modelele de utilitate depuse pe cale națională (1993-2013)

Anii	*1993-1995*	*1996-2000*	*2001-2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	**TOTAL**
Invenţii												
Brevete eliberate, inclusiv:	**266**	**1138**	**1222**	**288**	**268**	**250**	**290**	**132**	**63**	**51**	**61**	**4029**
- titulari naţionali	138	964	1135	*287*	*262*	*247*	*280*	*125*	*61*	*47*	*57*	3603
- titulari străini	128	174	87	*1*	*6*	*3*	*10*	*7*	*2*	*4*	*4*	426
Invenţii de scurtă durată												
Brevete eliberate, inclusiv:	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**22**	**184**	**158**	**133**	**123**	**620**
- titulari naţionali	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*22*	*181*	*156*	*133*	*123*	615
- titulari străini	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*3*	*2*	*0*	*0*	5
Modele de utilitate												
Certificate eliberate, inclusiv:	**9**	**25**	**76**	**11**	**18**	**24**	**21**	**0**	**0**	**0**	**0**	**184**
- titulari naţionali	9	24	73	*9*	*17*	*21*	*18*	*0*	*0*	*0*	*0*	171
- titulari străini	0	1	3	*2*	*1*	*3*	*3*	*0*	*0*	*0*	*0*	13
Soiuri de plante												
Brevete, inclusiv:	**0**	**0**	**13**	**4**	**3**	**12**	**17**	**25**	**15**	**20**	**25**	**134**
- titulari naţionali	0	0	12	*4*	*3*	*12*	*13*	*25*	*15*	*20*	*21*	125
- titulari străini	0	0	1	*0*	*0*	*0*	*4*	*0*	*0*	*0*	*4*	9
Total:	**275**	**1163**	**1311**	***303***	***289***	***286***	***350***	***341***	***236***	***204***	***209***	**4967**

Sursa: Bazele de date AGEPI

Declanşarea actualei crize economice a coincis cu implementarea prevederilor noii legi privind protecţia invenţiilor nr. 50-XVI adoptată la 07.03.2008. Brevetele de invenţie de scurtă durată şi modelele de utilitate, pe care acestea practic le-au înlocuit, întrunesc o serie de trăsături comune, fiind denumite şi *brevete mici* cu un termen de protecţie redus şi cerinţe inferioare de acordare, vizavi de brevetele clasice. Totodată, ele prezintă şi unele particularităţi. Cauzele reale ale suspendării protecţiei modelelor de utilitate şi înlocuirii lor cu brevete de scurtă durată în Republica Moldova nu ţin doar de trăsăturile lor esenţiale, ci implică şi tendinţe de sporire a calităţii brevetelor clasice.

Bineînţeles, procesul de tranziţie de la modele de utilitate la brevete de invenţie de scurtă durată a fost însoţit de o anumită sporire a calităţii brevetelor clasice, dar, totodată, şi de diminuarea bruscă, pe parcursul ultimilor doi ani, a numărului lor, fapt care ar putea afecta indicatorii inovaţionali ai Republicii Moldova, deoarece la capitolul invenţii, OMPI include în informaţiile statistice doar brevetele de invenţie acordate în baza examinării de fond.

Un important indicator al aplicabilităţii reale, dar şi potenţiale a brevetelor de invenţie sunt informaţiile privind menţinerea în vigoare, care se efectuează contra unor plăți suplimentare. Mai ales aceasta se referă la perioada de după cinci ani de la acordarea protecţiei. În această ordine de idei, vom atenţiona asupra faptului că organizaţiile din sfera ştiinţei şi inovării sunt scutite în RM de achitarea taxelor pentru menţinerea în vigoare a brevetelor în primii cinci ani, astfel toate brevetele obţinute de acestea sunt în perioada menţionată valabile fără achitarea unor taxe adiţionale.

Gradul insuficient de valorificare de către titularii naţionali din Republica Moldova a invenţiilor brevetate a condus la faptul că menţinerea în vigoare a brevetelor de invenţie peste cinci ani după acordarea protecţiei, precum rezultă din Tabelul 2 (poziţiile anterioare celor marcate cu culoare gri), scade brusc. Numărul brevetelor menţinute în vigoare după al cincilea an de la data depozitului (data acordării protecţiei) scade în mod deosebit în cazul brevetelor naţionale.

Conform datelor prezentate în Tabelul 2, din numărul total de cca 3400 brevete naţionale eliberate în anii 1993-2008, (asupra cărora nu se mai extind facilităţile la achitarea taxelor de menţinere în vigoare) la 31.12.2013 erau valabile doar 298 brevete ponderea lor constituind cca. 9% din totalul celor eliberate. În cazul titularilor străini ponderea brevetelor valabile constituie pentru aceiași perioadă cca 37%. Considerăm că această discrepanţă enormă este o consecinţă a insuficienţei de mijloace financiare necesare achitării taxelor pentru menţinerea în vigoare a brevetelor de invenţie autohtone după expirarea perioadei de graţie, pe de o parte, şi, în mare măsură, a potenţialului tehnologic şi economic avansat al

invenţiilor ce se supun protecţiei în străinătate (în cazul dat în Republica Moldova), deoarece acestea, de regulă, deja sunt valorificate în țara de origine. De asemenea nu poate fi ignorată aplicabilitatea insuficientă a invenţiilor autohtone și lipsa motivațiilor economice pentru valorificarea lor.

Tabelul 2

Brevete de invenţie (inclusiv BISD) valabile pe teritoriul RM, repartizate conform anului de acordare a depozitului (la 31.12.2012)

ANUL DEPOZITULUI	BREVETE ALE TITULARILOR NAȚIONALI	BREVETE ALE TITULARILOR STRĂINI			**TOTAL**
		CALEA NAȚIONALĂ	CALEA PCT	CALEA CEAB	
1993	0	1	0	0	1
1994	0	10	2	0	12
1995	0	0	6	0	6
1996	1	1	0	59	61
1997	6	0	0	50	56
1998	5	0	1	83	89
1999	2	1	0	78	81
2000	5	0	0	84	89
2001	18	0	3	130	151
2002	13	0	2	138	153
2003	14	0	1	205	220
2004	13	0	4	270	287
2005	26	0	2	330	358
2006	26		6	486	518
2007	40	0	1	503	544
2008	129	0	0	589	718
1993-2008	298	13	28	3005	3344
2009	183	3	0	669	855
2010	207	1	0	183	391
2011	153	0	0	97	250
2012	109	0	0	10	119
TOTAL 1993-2012	950	17	28	3964	4959

Sursa: Bazele de date AGEPI şi OEAB

Astfel, din totalitatea de brevete de invenție, în număr de 4218 brevete, eliberate pe cale națională pe parcursul anilor 1993-2013, actualmente sunt valabile doar 950, ultimele reprezentând practic oferta brevetelor autohtone pe piața Republicii Moldova. Oferta totală a brevetelor de invenție pe piața inovațională a țării noastre include de asemenea totalitatea de brevete străine supuse protecției juridice în RM (17+28+3964=4009). Astfel, oferta totală a brevetelor de invenție la 31.12.2012 a constituit 4959 brevete de invenție valabile.

Indicatorii protecţiei mărcilor. Ponderea mărcilor în numărul total al obiectelor de proprietate industrială supuse protecţiei în RM constituie cca 80%

Ele reprezintă un instrument de ordin economic şi comercial extrem de important utilizat pentru promovarea imaginei producătorilor, produselor și serviciilor**.**

Depunerea cererilor de înregistrare a mărcilor, conform datelor expuse în Tabelul 3, pe tot parcursul anilor de referinţă, a înregistrat o creştere ascendentă, cu excepţia crizei economico-financiare mondiale din anii 1998-1999 şi celei actuale, dar şi a embargoului asupra vinurilor moldoveneşti impus de Federaţia Rusă în 2005-2006. Ultimul factor a condus la o diminuare a cererilor de înregistrare a mărcilor de la solicitanţii naţionali cu cca 25 %, aceasta fiind compensată, în totalul cererilor depuse, de majorarea numărului de cereri de la solicitanţii străini.

Tabelul 3

Numărul cererilor de înregistrare și al mărcilor protejate (1993-2013)

	1993-1995	**1996-2000**	**2001-2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**Total**
Cereri depuse, inclusiv:	**14507**	**18055**	**23759**	**6144**	**6544**	**6808**	**5277**	**5454**	**5794**	**5449**	**5870**	**103661**
- solicitanţi naţionali	662	2535	7682	1520	1532	1581	1211	1455	1508	1403	1547	22636
- solicitanţi străini	13845	15520	16077	4624	5012	5227	4066	3999	4286	4046	4323	81025
Mărci protejate, inclusiv:	**10350**	**18389**	**19214**	**4925**	**5330**	**5795**	**5017**	**4487**	**4451**	**3954**	**4250**	**86162**
- titulari naționali	174	1236	3865	976	792	1004	1044	750	924	765	783	12313
- titulari străini, inclusiv	**10176**	**17153**	**15349**	3949	4538	4791	3973	3737	3527	3189	3467	**73849**
-- calea națională	2160	4223	1629	*343*	*467*	*770*	*736*	*602*	*567*	*606*	*572*	12675
-- calea internațională	8016	12930	13720	*3606*	*4071*	*4021*	*3237*	*3135*	*2960*	*2583*	*2895*	61174

Sursa: Bazele de date AGEPI

Tendinţa de creştere a fost în anii 1993-2008 pe deplin caracteristică nu doar pentru depunerea cererilor, ci şi pentru evoluţia indicatorilor privind eliberarea titlurilor de protecţie a mărcilor. Concomitent, vom menţiona că diminuarea dramatică cu 22,5 % a cererilor din 2009 a avut aceleaşi repercusiuni asupra solicitanţilor naţionali şi asupra celor străini. Imediat după această diminuare bruscă a cererilor, tendinţa de creştere s-a restabilit, însă nivelul anului de vârf(2008), spre regret, nu a fost atins până în prezent.

Un evident specific al protecției mărcilor, spre deosebire de cea a invențiilor prin brevet, constă în faptul că protecția și valabilitatea lor, pot fi prelungite pe un

termen de 10 ani ori de câte ori este necesar cu condiția achitării taxei respective. Conform informațiilor statistice cca 40% din mărcile înregistrate de solicitanții naționali, de obicei, nu se reînnoiesc la expirarea termenului de 10 ani. Acestea sunt mărcile întreprinderilor falimentate și cele care nu au avut un impact adecvat în cadrul promovării vânzărilor și imaginei titularilor. Datele statistice privind menținerea în vigoare a mărcilor în conformitate cu anul înregistrării lor sunt reflectate în Tabelul 4.

Astfel, din cca 25 mii mărci înregistrate pe cale națională în anii 1993-2013, la moment sunt valabile 19,5 mii.

Tabelul 4

Numărul mărcilor valabile înregistrate pe cale națională

(conform anului acordării protecției la 31.12.2013*)

Anul înregistrării mărcii	Numărul de mărci valabile	Numărul de clase specificate în mărcile valabile
1994	321	743
1995	332	620
1996	342	703
1997	360	801
1998	407	901
1999	484	759
2000	509	834
2001	563	970
2002	612	1026
2003	845	1614
2004	1240	3175
2005	1295	3717
2006	1346	3094
2007	1355	2795
2008	1370	2901
2009	1381	3243
2010	1484	3158
2011	1758	3218
2012	1761	4094
2013	1780	4301
Total	**19545**	**42667**

Sursa: Bazele de date AGEPI

Analiza componenţei celor mai mari deţinători de mărci naţionale din Republica Moldova prezentată în Tabelul 5 reflectă, în linii mari, structura ramurală tradiţională a economiei naţionale. Astfel, din primele 10 cele mai mari portofolii de mărci protejate, 5 reprezintă domeniul producţiei băuturilor alcoolice

* În tabel sunt reflectate doar mărcile înregistrate pe cale națională

şi, în primul rând, sectorul vinificaţiei. În preajma embargoului impus de Federaţia Rusă asupra vinurilor moldoveneşti, ponderea mărcilor provenite din sectorul vinicol era şi mai impresionantă.

Faptul că destul de multe întreprinderi autohtone deţin portofolii impunătoare de mărci, dar şi diversitatea claselor de produse/servicii pentru care sunt destinate, denotă că acestea au devenit în Republica Moldova un instrument important şi destul de eficient al economiei de piaţă. Totuşi, nu întotdeauna portofoliile de mărci sunt gestionate şi utilizate în mod adecvat. Mai cu seamă, cele menţionate, se referă la întreprinderile şi instituţiile de stat: Ministerul Agriculturii şi Industriei Alimentare, SA „TUTUN CTC", ÎS „MILEŞTII MICI", SA „AROMA" etc., în care managementul proprietăţii intelectuale, inclusiv cel al mărcilor, lasă de dorit.

Tabelul 5

Deţinătorii celor mai mari portofolii de mărci din RM

(titulari naţionali) la 31.12.2013

	Titularii	Numărul de mărci înregistrate	Numărul claselor de produse/ servicii
1	EURO-ALCO S.A.	186	753
2	MOLDCELL S.A..	125	566
3	WORLD MEDICINE	124	149
4	KVINT S.A	105	160
5	UNITED WINE COMPANY S.R.L.	102	154
6	Ministerul Agriculturii şi Industriei Alimentare	98	114
7	SUPRATEN S.A.	90	122
8	EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY S.A	81	276
9	MOLDAGROPRODUCT S.R.L	72	417
10	ROTEPHARM LIMITED	69	84
11	ASCONI S.R.L.	68	72
12	SUPRATEN-PLUS S.R.L.	67	94
13	PONTI SRL	67	132
14	GB & Co S.R.L.	65	68
15	VINARIA BOSTOVAN SRL	62	86

Sursa: Bazele de date AGEPI.

Desenele şi modelele industriale reprezintă aspectul estetic, forma exterioară a produsului, fiind destinate sporirii imaginei și atractivităţii mărfurilor pentru consumatori. Totodată, ele contribuie la distingerea produselor şi diferenţierea producătorilor, îmbunătăţind imaginea companiei şi creând titularilor pe această cale avantaje competitive. În calitate de obiecte ale proprietăţii industriale acestea sunt supuse protecţiei ca urmare a faptului că rezultă din creaţia umană, poartă un caracter imaterial extrem de vulnerabil în aspect patrimonial şi dispun de o utilitate potenţială prin aplicare industrială. Principalele trăsături specifice ale modalităţilor de protecţie a desenelor şi modelelor industriale, vizavi

de alte obiecte ale proprietăţii industriale, constau în durata protecţiei, ce constituie, de regulă, 5 ani, cu posibilitatea reînnoirii pentru mai multe perioade a câte 5 ani, cel mult până la 25 de ani de la data depozitului. Un alt specific pronunţat al protecţiei lor se referă la faptul că printr-o cerere multiplă poate fi solicitată protecţia mai multor (până la 100) DMI, taxa pentru fiecare desen/model suplimentar, fiind nesemnificativă.

Activitatea de solicitare și acordare a protecţiei pentru DMI în Republica Moldova este reflectată în Tabelul 6. Indicatorii ei, în primul deceniu de funcţionare a sistemului naţional de protecţie a DMI (1994-2004), au înregistrat o ascensiune constantă. Fluctuaţiile ulterioare şi diminuarea, începând cu anul 2005, a numărului DMI înregistrate, sunt consecinţe ale mai multor factori, cei mai importanţi dintre aceştia fiind crearea în cadrul Uniunii Europene a Oficiului pentru Armonizarea Pieţei Interne, care începând cu 2003 a iniţiat colectarea de la solicitanţi a cererilor de acordare a protecţiei, embargoul Rusiei asupra vinurilor moldoveneşti, dar şi criza economico-financiară mondială. Întrucât, în Republica Moldova buteliile de vinuri sunt, în mod tradiţional, cele mai solicitate produse ale design-lui industrial, cel de al doilea factor a fost unul decisiv.

Tabelul 6

Depunerea cererilor de înregistrare a desenelor/modelelor industriale și acordare a protecției (1993-2013)

	1993-1995	**1996-2000**	**2001-2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**Total**
Cereri depuse, inclusiv:	**430**	**2476**	**2927**	**443**	**393**	**384**	**276**	**289**	**280**	**300**	**381**	**8579**
- solicitanţi naţionali	25	312	673	94	64	74	67	99	80	101	112	1701
- solicitanţi străini	405	2164	2254	349	329	310	209	190	200	199	269	6878
DMI protejate, inclusiv:	**359**	**2260**	**2727**	**443**	**401**	**389**	**297**	**254**	**251**	**229**	**281**	**7891**
- titulari naţionali	13	156	452	*120*	*86*	*71*	*57*	*60*	*75*	43	68	1201
- titulari străini, total	**346**	**2104**	**2275**	***323***	***315***	***318***	***240***	***194***	***176***	**186**	**213**	**6690**
-- calea naţională	8	31	24	*20*	*18*	*17*	*25*	*28*	*9*	4	17	201
-- calea internaţională	338	2073	2251	303	297	301	215	166	167	182	196	6489

Sursa: Bazele de date AGEPI

Acordarea protecției DMI pentru o perioadă de 5 ani cu posibilitatea reînnoirii periodice ulterioare până la maximum 25 ani conduce la descreșterea permanentă

cu o ciclicitate de 5 ani a numărului obiectelor DMI valabile. Informația respectivă privind valabilitatea DMI în conformitate cu anii acordării protecției este reflectată în Tabelul 7.

Tabelul 7

Numărul desenelor/modelelor industriale valabile conform anului acordării protecției la 31.12.2013

Anul înregistrării DMI	Numărul de DMI valabile	Numărul de DMI în certificatele valabile
1994	5	5
1995	24	61
1996	48	156
1997	44	148
1998	76	183
1999	106	178
2000	98	221
2001	98	276
2002	127	405
2003	158	428
2004	251	786
2005	250	622
2006	288	1110
2007	224	731
2008	238	665
2009	138	569
2010	223	943
2011	244	1085
2012	229	1484
2013	277	1535
Total	**3146**	**11591**

Sursa: Bazele de date AGEPI

Protecţia creaţiilor intelectuale ce ţin de domeniul dreptului de autor şi drepturilor conexe, spre deosebire de obiectele proprietăţii industriale, se efectuează în regim automat din momentul creării lor, fără formalităţi suplimentare de depunere a cererilor, examinare, înregistrare cu eliberarea unor certificate ce ar confirma drepturile autorilor, achitare a unor taxe etc. Acest specific este o consecinţă a particularităţilor în care se manifestă natura creaţiilor ce ţin de sfera literaturii şi artei, care a servit drept temelie pentru elaborarea actelor legislative menite să asigure protecţia în acest extrem de important domeniu al PI. Ca urmare, oficiile naționale de proprietate intelectuală nu dispun de informaţii statistice exhaustive privind totalitatea obiectelor protejate prin dreptul de autor şi drepturile conexe.

Totodată, majoritatea oficiilor naţionale de specialitate practică înregistrarea facultativă a obiectelor dreptului de autor şi drepturilor conexe.

Informaţiile privind înregistrarea la AGEPI a creaţiilor în cauză pe parcursul ultimilor ani, sunt prezentate în Tabelul 8.

Tabelul 8

Dinamica înregistrării operelor ocrotite de dreptul de autor şi drepturile conexe în a. 2003-2013 (numărul de opere înregistrate)

Obiecte ale protecţiei	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**Total**	**%**
Opere literare	27	45	50	78	64	77	74	78	81	88	92	754	**24.3**
Opere ştiinţifice	95	51	54	52	70	78	29	60	52	59	58	658	**21.2**
Opere dramatice											3	3	**0.1**
Opere muzicale	5	12	6	13	14	5	21	18	38	24	21	177	**5.7**
Opere de artă plastică	7	7	13	44	61	63	29	30	64	10	5	333	**10.7**
Opere fotografice											0	0	
Opere coregrafice şi pantomimă											0	0	
Fonograme	12	11	27	51	45	54	47	43	48	38	34	410	**13.2**
Baze de date	5	7	3	3	7	4	2	1	4	2	2	40	**1.3**
Programe de computer	13	1	6	28	57	18	21	27	16	17	32	236	**7.6**
Opere integrante	0	2	8	2	16	20	52	23	19	2	1	145	**4.7**
Emisiuni a organizaţiei de difuziune											5	5	**0.2**
Opere audiovizuale	1	2	1	4	11	7	83	32	88	9	0	238	**7.7**
Opere de artă aplicată	8	0	8	7	8	2	2	2	30	12	7	86	**2.8**
Opere de arhitectură											2	2	**0.1**
Opere monumentale şi sculptură											4	4	**0.1**
Hărţi, planuri											0	0	
Opere derivate	0	0	0	1	2	2	0	1	0	0	0	6	**0.2**
Videograme										0	0	0	
Interpretări										3	0	3	**0.1**
Total:	**173**	**138**	**176**	**283**	**355**	**330**	**360**	**315**	**440**	**264**	**266**	3100	**100**

Sursa: Rapoartele statistice AGEPI

Cuantumul înregistrat al obiectelor dreptului de autor şi drepturilor conexe, de obicei, reprezintă o parte minusculă a totalităţii creaţiilor de acest gen, cărora li se acordă protecţia juridică. Înregistrarea obiectelor dreptului de autor, în fond, nu

sporeşte gradul de protecţie a creaţiilor intelectuale. Scopul înregistrării lor este obţinerea unor dovezi suplimentare ce pot fi uşor demonstrate și luate în vedere în cazul unor eventuale litigii judiciare privind autenticitatea şi apartenența drepturilor asupra operelor respective. Înregistrarea operelor din domeniul dreptului de autor și drepturilor conexe este însoțită de eliberarea contra plată a unor certificate care doar confirmă autenticitatea creației cu includerea într-un registru special.

Oferta proprietății intelectuale pe piața RM reprezintă totalitatea bunurilor intelectuale supuse protecției, disponibile spre utilizarea comercială. Prin urmare ea include atât bunurile intelectuale autohtone, cât și cele ale titularilor străini. Exprimată într-o unitate de timp (de obicei 1 an) aceasta încorporează totalitatea bunurilor intelectuale accesibile, care pentru fiecare segment al pieței PI se manifestă în mod specific.

Dacă în cazul ofertei de bunuri materiale aceasta este constituită din totalitatea bunurilor produse și a celor importate, pe piața PI situația este de altă natură. Mai mult decât atât, pe diferite segmente ale pieței PI, aceasta este constituită din diferite componente.

Astfel, pe piața RM a brevetelor de invenție oferta, după cum s-a menționat anterior include totalitatea brevetelor naționale și a celor străine valabile pe teritoriul RM. Toate celelalte zeci de milioane de brevete străine nesupuse actualmente protecției pe teritoriul RM constituie pentru subiecții economici din țara noastră un patrimoniu public care ar putea fi utilizat în mod gratuit cu condiția excluderii exportului produselor cu aplicarea acestuia în țările în care el este protejat.

Situația este analogică pentru soiuri de plante, mărci și DMI.

În mod similar vom menționa faptul că invențiile autohtone și alte obiecte ale proprietății industriale protejate în străinătate devin componente ale ofertei pe piața mondială a PI. Caracterul minuscul al cuantumului, mai ales la capitolul invenții și DMI denotă faptul că segmentele menţionate ale pieței PI în ţara noastră nu pot fi până când luat în calcul, fiind doar în devenire.

Un alt aspect al ofertei OPI, ce o deosebește de oferta bunurilor materiale, este dificultatea expresiei valorice. Evaluarea OPI nu se efectuează la momentul elaborării produselor intelectuale urmare a caracterului ei costisitor, incert și temporar. Astfel, rapoartele de evaluare a OPI sunt valabile doar 6 luni. Vom menționa de asemenea că doar o mică parte a OPI se comercializează având nevoie de determinarea valorii de piață.

În cazul obiectelor protejate prin intermediul dreptului de autor și drepturilor conexe situația este mai complexă, piața fiind mult mai funcțională. Oferta în cazul dreptului de autor și drepturilor conexe include totalitatea imensă de opere literare,

muzicale, dramatice, cinematografice etc. din toate țările semnatare a Convenției de la Berna privind protecția operelor literare și artistice, termenii de protecție a cărora nu au expirat.

Practic fiecare din obiectele dreptului de autor și drepturilor conexe constituie un segment separat al pieței PI cu un specific foarte pronunțat al modalităților de protecție (transformare în mărfuri) și comercializare. Principalele segmente ale pieţei PI din RM şi indicatorii lor vor fi expuse în compartimentul III al prezentului studiu.

Astfel, oferta OPI este o noțiune extrem de amorfă, care cu excepția segmentelor ce țin de proprietatea industrială nu are o expresie cantitativă explicită, deoarece numărul obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe practic nu este cunoscut.

De asemenea vom menționa că această ofertă poate fi exprimată pentru domeniul obiectelor proprietății industriale doar în formă naturală (numărul obiectelor de proprietate industrială). Expresia valorică este aplicată cel mai frecvent pentru oferta unor copii ale obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe: producția poligrafică, CD și DVD fabricate și expuse pe piață pe purtători materiali.

III. PRINCIPALELE SEGMENTE ALE PIEŢEI OBIECTELOR PROPRIETĂŢII INTELECTUALE DIN REPUBLICA MOLDOVA ȘI INDICATORII EI

Segmentarea pieței OPI, de obicei, se efectuează în conformitate cu tipologia proprietății intelectuale, care se divizează în două mari compartimente: proprietatea industrială și domeniul dreptului de autor și drepturilor conexe. În această ordine de idei și pornind de la starea reală a pieței PI în Republica Moldova în calitate de cele mai importante segmente ale pieței pot fi menționate următoarele:

A. Piața obiectelor proprietății industriale (invențiilor brevetate, mărcilor și brănduri lor, desenelor și modelelor industriale).

B. Piața obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe:
   1. Piața produselor muzicale și audio-video
   2. Piața producției literare și poligrafice
   3. Piața software

C. Alte segmente ale pieței proprietății intelectuale

D. Piața produselor contrafăcute și piratate

E. Piața serviciilor acordate de infrastructura pieței proprietății intelectuale (asociațiile de gestiune colectivă, evaluatorii, consultingul)

3.1. PIAȚA OBIECTELOR PROPRIETĂȚII INDUSTRIALE

În condițiile lipsei informației statistice privind tranzacțiile cu obiectele proprietății intelectuale principalul instrument pentru monitorizarea pieței lor, în cazul obiectelor proprietății industriale, pentru RM este registrul contractelor privind utilizarea comercială a acestora, ținut de AGEPI. El are în țara noastră un caracter facultativ, referindu-se doar la tranzacțiile cu obiectele proprietății industriale și efectuându-se contra plată.

Specificul pieței proprietății industriale constă în legăturile stabile de lungă durată dintre partenerii tranzacțiilor, rata avansată a profiturilor obținute din utilizarea lor, tendințele de secretizare a informațiilor privind comercializarea obiectelor respective, elasticitatea redusă a pieței, posibilitatea aplicării concomitente a obiectelor comercializate prin intermediul licențierii neexclusive de către mai mulți utilizatori etc.

Înregistrarea contractelor privind comercializarea obiectelor de proprietate industrială de către oficiile naţionale de profil constituie un specific evident al

funcționării pieței OPI şi se referă, de obicei, la contractele de cesiune, licenţă, franchising şi gaj. Înregistrarea contractelor de cesiune poartă practic un caracter obligatoriu ce derivă din cedarea totală prin cesiune a drepturilor asupra obiectelor cesionate şi necesitatea modificării ulterioare a titlurilor de protecţie prin perfectarea pe numele noului titular. Referitor la înregistrarea contractelor de licenţă şi de franchising, vom menţiona că în practica mondială se aplică atât înregistrarea obligatorie, cât şi cea facultativă.

Procedura de înregistrare obligatorie a contractelor de comercializare a OPI se aplică în unele țări ca o modalitate de reglementare şi securizare a domeniului de utilizare comercială a proprietăţii intelectuale, gestionare a transferului tehnologic, reglementare a exportului tehnologiilor avansate, monitorizare a procesului inovaţional şi a pieţei de proprietate industrială, procese care, de regulă, ţin de domeniul politicilor tehnologice și strategiilor de inovare ale statului. Oportunitatea înregistrării rezidă din constatarea faptului că tranzacţiile cu obiectele proprietăţii intelectuale afectează nu doar subiecţii ei, ci şi interesele economice de lungă durată ale societăţii în ansamblu, realizarea obiectivelor tranziției la societatea informațională și calea inovațională a creșterii economice, iar uneori și cele ale securității naționale.

În ţările occidentale există o atitudine relativ liberală faţă de înregistrarea contractelor de licenţiere. În unele dintre ele, cum ar fi SUA şi Germania, înregistrarea nu este prevăzută de legislaţia în vigoare. Excepţie, în cazul SUA, constituie doar licențierea invenţiilor create din sursele bugetului federal şi a celor cu destinaţie dublă (militară şi civilă). În mai multe țări (Marea Britanie, Franţa, Japonia, Austria, Spania etc.) înregistrarea contractelor de licenţă este facultativă. Ea serveşte securizării tranzacţiilor, deoarece orice persoană ce declară înregistrarea achiziţiei unei licenţe de utilizare a unui brevet de invenţie se consideră deţinător legal, spre deosebire de alte persoane ce dispun de asemenea contracte, inclusiv încheiate anterior, dar neînregistrate la oficiile naţionale de brevetare (proprietate intelectuală). Sistemul aplicat încurajează procesul de înregistrare a contractelor de licenţă prin acordarea licențiaților a priorităţii în cazul unor litigii judiciare, deoarece contractele neînregistrate nu sunt valabile pentru persoanele terţe.[17]

În alte ţări (Italia, Belgia, Canada, Japonia, Portugalia) înregistrarea contractelor de licenţă este obligatorie. Ea, de regulă, este însoţită de achitarea unor taxe. Contractele în cauză sunt supuse înregistrării obligatorii şi în majoritatea

[17] Mai detaliat despre practicile înregistrării contractelor de cesiune şi licenţă a se vedea: Евдокимова В.Н. Передача технологии: правовое регулирование и правоприменительная практика в Российской Федерации, Москва: ИНИЦ Роспатента, 2001, P. 24-47; Мухопад В.И. Рынок лицензий в экономике России: теория и практика лицензионной торговли, Москва: ИНИЦ «ПАТЕНТ», 2010, P. 222-237.

ţărilor CSI (excepţie constituind doar Republica Moldova), dar şi în unele ţări emergente (Algeria, Brazilia, China, India, Mexic). În mai multe ţări, înregistrarea însoţită de diverse modalităţi de confirmare şi aprobare, permite efectuarea unui control riguros şi a unei reglementări a ritmurilor progresului tehnologic, ratelor de uzură a capitalului fix, balanţei de plăţi (în cazul contractelor de export-import) etc. Totodată, înregistrarea obligatorie a contractelor de licenţă, deseori, este tratată ca o procedură pur birocratică, ce împiedică liberalizarea pieţei de proprietate intelectuală și manifestarea avantajelor ei.

Actualmente, în condițiile când comerțul cu OPI reprezintă unul din cele mai dinamice sectoare ale pieței mondiale, competitivitatea oricărei țări este determinată de nivelul integrării în piața globală a PI. În acest sens, pentru țările cu economii în tranziție este extrem de actuală constituirea și dezvoltarea pieței naționale de PI. Analiza practicii mai multor țări în tranziție, întreprinsă într-un studiu efectuat la comanda OMPI, rezultatele căreia sunt prezentate în Tabelul 9, ne-a permis să formulăm următoarele concluzii în ceea ce privește modalitățile utilizate în organizarea și reglementarea pieței PI:

- Majoritatea țărilor într-o anumită măsură reglementează tranzacțiile comerciale cu obiectele proprietăţii intelectuale;

- Aproape în toate țările (cu excepția SUA, Germaniei, Serbiei, Turciei) există prevederi pentru înregistrarea de stat a tranzacțiilor cu OPI. Aceasta poate fi de natură obligatorie sau facultativă (Moldova, Ungaria etc.);

- Înregistrarea contractelor privind transferul de drepturi asupra creaţiilor intelectuale este efectuată, în majoritatea cazurilor de oficiile naționale de PI;

- De obicei se înregistrează contractele de pe piața internă. În Albania, Belarus și Grecia se înregistrează și cele internaționale;

- Din 18 țări în care se efectuează înregistrarea tranzacțiilor cu obiectele de proprietate industrială în 9 este prevăzută și înregistrarea contractelor cu obiectele dreptului de autor (în special software și baze de date). În Cipru se înregistrează doar contractele de comercializare a mărcilor;

- Majoritatea țărilor dispun de statistici privind numărul contractelor de transmitere a drepturilor. Prezența unor astfel de date face posibilă evaluarea situației la moment, identificarea dinamicii și tendințelor de dezvoltare a pieței PI, precum și evaluarea contribuției activităţilor intelectuale şi a pieței respective în dezvoltarea economiei naționale, crearea PIB etc.

Analiza comparativă a dinamicii înregistrării tranzacțiilor cu obiectele PI în anii 2000-2010 efectuată în cadrul aceluiași studiu prezentat în Tabelul 10, denotă o tendință generală de creștere stabilă a pieței invențiilor pentru Belarus,

Kîrgîzstan, Rusia, Ukraina și Cehia, iar la capitolul mărci pentru Belarus, Ukraina, Kîrgîzstan și Rusia.

Tabelul 9

Condițiile funcționării pieței proprietății intelectuale în țările cu economie în tranziție

Țara	Prezența cadrului normative-legislativ ce prevede transmiterea drepturilor	Cerințe față de înregistrarea legală a transmiterii drepturilor			Prezența datelor statistice privind transmiterea drepturilor		
		Înregistrarea tranzacțiilor, pe piața națională și externă	**Cu obiecte de proprietate industrială**	**Cu obiecte a dreptului de autor**	**Numărul contractelor înregistrate**	**Repartizarea pe domenii ale ecomimiei**	**Participanți la transmiterea drepturilor**
Azerbaijan	√	+ națională	+	-	+ Numai mărci	-	-
Albania	+	+ națională și externă	+	-	+	-	-
Armenia	+	+	+	√	√	√	√
Belarus	+	națională și externă	+ (ноу-хау)	+	√	√	√
Grecia	+	+ națională și externă	+	-	√	-	-
Georgia	+	+ națională	+	-	+	-	+
Kazakhstan	+	+ națională	+	+	+	-	-
Cyprus	+	+ națională	Numai mărci	-	-	-	-
Kirghizia	√	+	+	+	+	-	+
Latvia	+	+	+	-	+	-	-
Lithuania	+	+	+	+	+	-	-
Rusia	+	+	+	+	+	+	+
Serbia	+	-	√	√	+	-	+
Slovacia	+	+	+	+	-	-	-
Turcia	√	-	-	-	-	-	-
Ukraina	+	+	+	+	+	√	√
România	+	+	+	-	-	-	-
Israel	+	+ națională	+	-	-	-	-

Notă: (+) – da;
(-) – nu;
(√)–nu sunt date.

Sursa: http://www.wipo.int/export/sites/www/dcea/en/pdf/econ_ip_ru.pdf

Din materialele expuse în Tabelul 10 rezultă o depășire semnificativă a cuantumului mărcilor tranzacționate asupra numărului respectiv al invențiilor. Este o tendință generală, caracteristică tuturor țărilor din zonă ce rezultă din dificultățile procesului inovativ şi acutizarea luptei concurenţiale.

Tabelul 10

Dinamica înregistrării contractelor de transmitere a drepturilor

Țara	Numărul contractelor de cesiune și licență pentru: a) a) invenții; b) b) mărci				
	2000	2005	2008	2009	2010
AZERBAIDJAN					
a)	-	-	2	-	1
б)	72	68	78	82	71
ALBANIA					
a)	-	-	63	20	36
б)	-	-	117	145	210
BELARUS					
a)	28	53	54	74	62
б)	154	218	335	531	685
UNGARIA					
a)	630	488	452	442	488
б)	959	1312	1261	1468	1492
GEORGIA					
a)	12	12	38	49	22
б)	4	529	533	551	328
KAZAHSTAN					
a)	-	28	51	68	27
б)	-	181	256	290	199
KÂRGÂZSTAN					
a)	14	26	32	17	35
б)	310	600	816	890	954
LETONIA					
a)	66	33	75	81	65
б)	776	807	919	855	809
LITUANIA					
a)	51	25	72	59	44
б)	1121	866	465	824	611
RUSIA					
a)	2114	2122	2744	2365	2860
б)	5974	10114	15574	15278	19146
SERBIA					
a)	-	-	13	22	20
б)	-	-	557	773	570
UCRAINA					
a)	136	228	268	515	490
б)	111	699	1581	1412	1395
CEHIA					
a)	75	55	62	74	103
б)	602	593	923	479	595
ISRAEL					
a)	*	-	-	-	-
б)	2374	2200	1680	2103	2227

Sursa: http://www.wipo.int/export/sites/www/dcea/en/pdf/econ_ip_ru.pdf

Cel mai mare număr de tranzacții cu OPI pe parcursul anilor specificați au fost efectuate în Rusia, unde în anul 2010 numărul total de contracte înregistrate a depășit 22.000; urmată de Ungaria - 1980 contracte; Ucraina - 1855; Kârgâzstan - 989; Letonia – 874, Belarus – 747. Merită a fi menționate ratele avansate de creștere a licențelor acordare în Georgia (numărul de contracte înregistrate în 2010 comparativ cu anul 2000 a crescut de 22 de ori), de asemenea în Ucraina (numărul de contracte a crescut de 7 ori).

Coraportul dintre diverse modalităţi de utilizare comercială a obiectelor de proprietate industrială în Republica Moldova, conform datelor Registrului deținut de AGEPI este reflectat în Tabelul 11. Informaţiile prezentate denotă dominaţia totală a cesiunii, ponderea cumulativă a căreia pentru ultimii 13 ani constituie 86,4 %.

Această stare a lucrurilor este, în primul rând, o consecinţă a particularităţii cesiunii, care de fapt presupune emiterea unui nou titlu de protecţie, astfel imprimându-i o conotaţie de obligativitate. Totodată, dominaţia cesiunii este urmare a transparenţei insuficiente a activităţilor antreprenoriale şi a cotei sporite a economiei tenebre. În asemenea circumstanţe, indicatorii ce servesc drept bază pentru calcularea cuantumului redevenţelor (profiturile obţinute, cifrele de afaceri, volumul natural al producţiei fabricate etc.), practic, nu pot fi veridic determinați, iar titularii drepturilor de proprietate industrială deseori renunţă la licenţiere, preferând cesiunea ca o cale mai simplă de obținere a unor efecte din comercializarea creațiilor sale.

Tabelul 11

Dinamica înregistrării la AGEPI a contractelor privind utilizarea comercială a OPI în anii 2001-2013 (contracte)

Anii	Licenţă	Cesiune	Franchising	Gaj	Total
2001	9	86	0	0	95
2002	11	100	0	2	113
2003	17	139	2	4	162
2004	7	120	1	3	131
2005	22	115	3	2	142
2006	21	115	3	1	140
2007	14	111	1	1	127
2008	17	134	2	1	154
2009	17	131	4	0	152
2010	13	134	0	0	147
2011	20	219	2	1	242
2012	27	153	3	8	191
2013	23	181	2	10	216
Total	218	1738	23	33	2012
%	10,8	86,4	1,1	1,6	100

Sursa: Rapoartele anuale AGEPI 2001-2013.

Examinarea informaţiei incluse în registrele de transmitere a drepturilor asupra obiectelor de proprietate industrială relevă prezenţa neîntreruptă a tranzacţiilor doar pe segmentul mărcilor de produse şi servicii (Tabelul 12). Ponderea invenţiilor şi DMI este nesemnificativă, iar în unele perioade tranzacţiile pe aceste segmente chiar lipsesc din registrele de comercializare a obiectelor de proprietate industrială.

Generalizarea datelor privind divizarea contractelor de utilizare comercială a obiectelor proprietății industriale pe parcursul anilor 1994-2013 denotă ponderea de 97 % a mărcilor, 1% a invenţiilor şi 2% a DMI, în totalul obiectelor incluse în registru. Informaţiile expuse confirmă caracterul fragmentar al pieţei proprietăţii industriale din ţara noastră şi în mod special lipsa unei pieţe a produselor şi elaborărilor cu caracter inovaţional. La capitolul *invenţii brevetate* putem constata doar prezenţa unor tranzacţii ocazionale. Informaţiile ce reflectă situaţia din ultimii ani, după cum rezultă din Tabelul 12, arată că lucrurile la capitolul piața inovaţională practic bat pasul pe loc.

Tabelul 12

Numărul contractelor privind utilizarea comercială a OPI înregistrate la AGEPI în anii 2007-2013, divizate pe obiecte

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total	%
CONTRACTE, inclusiv:	111	134	131	134	219	153	181	1063	100
Mărci	109	128	120	132	219	147	176	1031	97.0
Invenţii	1	3	4	-	-	2	2	12	1.1
DMI	1	3	7	2	-	4	3	20	1.9

Sursa: Rapoartele anuale AGEPI 2007-2013.

Dificultățile dezvoltării inovaționale se manifestă de asemenea în diminuarea cererilor de brevete înaintate de către întreprinderi, ponderea cărora conform informațiilor prezentate în Tabelul 13 în ultimii ani s-a diminuat extrem de brusc.

Analiza etapei actuale a formării pieței proprietății industriale denotă un nivel insuficient pentru asigurarea unei interacțiuni funcționale a cererii și ofertei. Problemele grave ale formării pieţei proprietăţii industriale de pe segmentul inovaţional al acesteia sunt un rezultat direct al receptivităţii insuficiente a sectorului real al economiei naţionale faţă de dezvoltarea inovaţională, ce se manifestă în lipsa cererii pentru elaborările de ordin tehnologic, prioritate, în cazul modernizării întreprinderilor, acordându-se achiziţiei unor utilaje mai performante sau implementării unor produse noi doar la nivel local sau corporativ, fabricate cu aplicarea tehnologiilor depășite.

Tabelul 13

Divizarea cererilor de brevet de invenție depuse de solicitanți naționali pe categorii de solicitanți (1993-2011)

Anul	Instituţii universitare	Instituţii de cercetare academice	Instituţii de cercetare ramurale	Întreprinderi şi organizaţii	Persoane fizice	Total
1993	10		22	9	28	**69**
1994	66	23	32	37	87	**245**
1995	71	32	66	22	85	**276**
1996	57	31	71	28	110	**297**
1997	53	72	18	35	122	**300**
1998	54	41	28	30	110	**263**
1999	47	45	23	46	106	**267**
2000	51	29	26	22	126	**254**
2001	81	60	25	21	262	**449**
2002	61	29	27	27	114	**258**
2003	57	39	20	41	166	**323**
2004	77	32	22	15	167	**313**
2005	104	64	38	26	184	**416**
2006	89	48	27	12	121	**297**
2007	73	100	35	9	145	**362**
2008	74	87	25	10	138	**334**
2009	61	95	32	7	135	**330**
2010	91	82	41	4	121	**339**
2011	53	84	22	7	109	**275**
2012	62	77	26	1	99	**265**
2013	56	81	11	10	120	**278**
Total	**1348**	**1151**	**637**	**419**	**2655**	**6210**
%	*21,7*	*18,5*	*10,3*	*6,7*	*42,8*	*100*

Sursa: Bazele de date AGEPI.

Materialele referitor la subiecţii tranzacţiilor de comercializare a obiectelor de proprietate industrială, expuse în Tabelul 14, demonstrează în mod evident o stagnare totală a participării întreprinderilor de stat la tranzacţiile cu titlurile de protecţie a proprietăţii industriale atât în calitate de licenţiar sau cedent, cât şi în calitate de licenţiat sau cesionar. Este o situaţie cauzată de factorii ce ţin de competenţa şi responsabilitatea managerială, dar, desigur, şi de faptul că managementul din sectorul privat dispune de mai multă libertate și flexibilitate în luarea deciziilor operative de gestionare a companiilor, inclusiv aplicarea mărcilor, invenţiilor, altor active imateriale, fiind mult mai interesat de utilizarea lor eficientă.

Totodată, intensitatea mai sporită cu care companiile străine derulează tranzacţii comerciale cu obiecte de proprietate industrială, ţinând cont de numărul

lor relativ limitat, comparativ cu celelalte forme organizatorico-juridice ale antreprenoriatului, demonstrează o atitudine şi o motivaţie mult mai serioasă a acestora faţă de problemele poziţionării pe piaţă şi promovării unei imagini pozitive, valorificării cunoştinţelor şi informaţiilor, tranziţiei la calea inovaţională a creşterii economice.

O altă tendință ce merită a fi menționată este activitatea comparativă a societăților pe acțiuni și a SRL-urilor pe piața obiectelor de proprietate industrială care este evident în favoarea celor din urmă. Aceasta este bineînțeles o consecință a numărului mult mai numeros al SRL-urilor în totalitatea întreprinderilor funcționale, dar în opinia noastră și a faptului că multe din marele societăți pe acțiuni sunt fostele întreprinderi de stat, care mai poartă până în prezent amprenta unei gestiuni neadecvate a bunurilor economice, în mod special a celor intelectuale.

Concomitent vom menționa o prezență activă pe piața proprietății industriale a companiilor străine pe fundalul ponderii lor relativ restrânse. Bineînțeles, această tendinţă este cauzată de un management mult mai preocupat de modernizarea companiilor, dezvoltarea inovațională și promovarea imaginei pozitive a companiei, produselor și serviciilor

Tabelul 14

Numărul de contracte încheiate de subiecţii licenţierii şi cesiunii obiectelor de proprietate industrială în anii 2007-2013

	LICENȚIAR	LICENȚIAT	CEDENT	CESIONAR
PERSOANE FIZICE	13	2	155	103
PERSOANE JURIDICE, *inclusiv:*	118	129	908	960
Întreprinderi de stat	0	0	2	3
Societăţi pe acţiuni	0	0	78	37
SRL	11	50	252	226
Companii străine	103	64	576	694
TOTAL	**131**	**131**	**1063**	**1063**

Sursa: Rapoartele anuale AGEPI 2007-2013.

Ca urmare a faptului că piaţa obiectelor de proprietate industrială în Republica Moldova este doar în devenire, fiind preponderent prezentată de segmentul mărci, constatăm comercializarea invenţiilor doar de la caz la caz, prezenţa dificultăţilor enorme la capitolul transfer tehnologic şi aplicarea practică a rezultatelor C&D. Practic în aceeaşi situaţie se află şi segmentul desgn-lui industrial.

Modalitatea clasică a tranzacţiilor pe piața inovațiilor este comercializarea invențiilor brevetate. Oficiile naționale de PI sunt axate în primul rând pe înregistrarea licenţierii şi cesiunii invenţiilor protejate prin brevet. Procesul

inovațional însă nu se limitează la brevete de invenție și piața acestora. În practica mondială piața inovațiilor întotdeauna a fost abordată ca o totalitate de tranzacții ce depășește considerabil segmentul invenţiilor brevetate. Mai mult decât atât, dacă la sfârșitul sec. XX mai mult de 50% în tranzacțiile de licențiere se efectuau cu invenții brevetate, actualmente ponderea lor pe piața inovațiilor a scăzut la 20%[18].

Desigur, după cum s-a menţionat anterior, registrele contractelor de comercializare a obiectelor de proprietate industrială nu reflectă totalitatea tranzacţiilor de pe piaţa obiectelor proprietăţii industriale în ansamblu. Starea menţionată a lucrurilor este urmare a caracterului facultativ al înregistrării şi a faptului că actele normative în vigoare nu prevăd posibilitatea înregistrării tranzacţiilor cu alte obiecte ce ţin de domeniul proprietăţii intelectuale, cum ar fi know-how, elaborările ştiinţifice, informaţiile etc. Această ultimă mențiune se referă la practica de înregistrare aplicată în toate țările, inclusiv a celor în care ea este obligatorie.

Piața inovațiilor în afară de cea a brevetelor de invenție include piața kow-how și piața elaborărilor științifice, piața echipamentelor şi utilajelor performante etc.

Comercializarea mărcilor. Actualmente în lume sunt înregistrate mai mult de 30 mil. mărci (în Moldova - 86162). Până la embargoul vinurilor impus de Rusia și criza economică din 2008-2012, numărul anual al mărcilor înregistrate în RM a fost într-o permanentă ascensiune.

Majoritatea mărcilor, cu excepția celor care la expirarea termenului de 10 ani nu au fost reînnoite, reprezintă oferta eventuală, constituind potențialul acestui segment al pieței OPI. Desigur, accesul la utilizarea comercială a mărcilor este mult mai complex şi dificil comparativ cu comercializarea bunurilor de ordin material expuse în reţelele comerciale. Protecţia mărcii nu întotdeauna este însoţită de propunerea spre comercializarea ei. Totodată, în majoritatea cazurilor solicitanţii pot obţine accesul la utilizarea mărcilor în condiţii comerciale. În realitate doar o parte din mărcile protejate sunt încadrate în piață în calitate de obiecte ale comercializării (licențierii, cesiunii, franchising-lui etc.).

Comercializarea mărcilor se efectuează atât prin licențiere și cesiune, cât și prin operațiunile de gajare și franchising. Ultimele pot include și unele elemente ce țin de domeniul inovațiilor.

Totodată vom menționa că analiza contractelor de cesiune a mărcilor înregistrate la AGEPI denotă lipsa unei componente comerciale într-o mare parte a operațiunilor de transmitere a drepturilor. Cesiunea deseori este impusă de procedurile de reorganizare, comasare, lichidare, divizare a întreprinderilor titulari

[18] http//www.republique.pro/trends/intellectual_property

a mărcilor respective și necesitatea perfectării titlurilor de protecție pe numele noilor instituții/întreprinderi ce le dețin.

Piața desenelor/modelelor industriale de asemenea se află doar la etapa de constituire pe parcursul anilor 2007-2013 fiind înregistrate doar 20 de contracte de licenţiere/cesiune, ceia ce constituie circa 2% din numărul total de contracte de transmitere a drepturilor.

Principalii indicatori ai pieței proprietății industriale ce pot fi monitorizați pe segmentul respectiv al pieței includ:

1. Brevete de invenție eliberate
2. Brevete de invenție valabile (oferta)
3. Brevete de invenție licențiate
4. Brevete de invenție cesionate
5. DMI protejate
6. DMI valabile (oferta)
7. DMI licențiate
8. DMI cesionate
9. Mărci protejate
10. Mărci valabile (oferta)
11. Mărci licențiate
12. Mărci cesionate
13. Brevete pentru soiuri de plante protejate
14. Brevete pentru soiuri de plante în vigoare (oferta)

În cazul în care utilizarea comercială a obiectelor proprietății industriale se va extinde pot fi identificați și monitorizați și alți indicatori privind gajarea acestora, încheierea contractelor de franchising, licențierea/cesiunea soiurilor de plante etc.

3.2. PIAȚA OBIECTELOR DREPTULUI DE AUTOR ȘI DREPTURILOR CONEXE

3.2.1. Piaţa producţiei muzicale și audio-video

Tendințele pieței mondiale a producției muzicale și audio-video. Piața creațiilor muzicale și cea a producției audio-video sunt supuse în ultimii ani unor schimbări radicale impuse în primul rând de extinderea în ritmuri accelerate a comunicațiilor electronice şi celor prin INTERNET. Modalitățile de expunere pe piață a produselor muzicale sunt extrem de variate: interpretări pe viu în cadrul concertelor, spectacolelor și diferitor manifestări distractive, culturale, etc; comercializarea purtătorilor materiali (CD, DVD, vinildiscuri etc.); transmitere în emisii radio și televizate, inclusiv retransmiterea prin satelit și cablu; muzică digitală (în format on-line și prin telefonia mobilă, care include tonuri de apel,

descărcări de muzică, etc.); plasarea compoziţiilor şi înregistrărilor în spoturi publicitare, filme, show-uri televizate, jocuri video etc. Fiecare din modalităţile menţionate sunt relativ autonome şi dispun de capacităţi limitate de substituire.

Datele statistice ce reflectă dezvoltarea industriei muzicale la nivel mondial cuprind trei segmente principale ce țin de acest gen de activitate, fiecare cu o capacitate destul de largă, și anume:

1) veniturile provenite din înregistrările muzicale (muzica digitală generată de descărcările on-line și muzică pentru telefonia mobilă și înregistrările fonografice);

2) veniturile editurilor muzicale;

3) veniturile din muzică vie (concerte, spectacole etc.).

Informațiile ce țin de divizarea menționată a veniturilor la nivel global provenite din înregistrările muzicale și cuantumul acestora sunt prezentate în Tabelul 15.

O bună parte din tranzacțiile cu obiectele dreptului de autor și în primul rând cu operele muzicale se efectuează prin intermediul organizațiilor de gestiune colectivă, care la nivel global sunt asociate în Confederaţia Internaţională a Societăţilor de Autori şi Compozitori (CISAC). Aceasta reprezintă 227 de societăţi din 120 de ţări, valoarea totală a redevenţelor colectate de către membrii CISAC a atins în 2012 cifra de 7,8 miliarde € și a înregistrat o creștere cu 2 % faţă de anul 2011[19].

Tabelul 15

Veniturile globale din înregistrările muzicale în anii 2006-2011 (mlrd. dol)

Segmentele industriei muzicale	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
Veniturile din înregistrările muzicale, inclusiv:	*36*	*35,1*	*34,6*	*35,3*	*35,1*	*34,7*
a) Veniturile din muzica digitală total, inclusiv:	*2,9*	*4,5*	*7,1*	*10,7*	*12,9*	*14,8*
- - din industria tonurilor de apel	1	1,7	3	4,8	6,2	7,3
- - din muzica on-line	1,9	2,8	4,1	5,9	6,7	7,5
b) Veniturile din înregistrări fonografice	33,1	30,6	27,5	24,6	22,2	19,9
Veniturile editurilor muzicale	8	8,3	8,6	8,9	9,1	9,4
Veniturile din muzică vie (concerte, spectacole etc.)	16,6	18,1	19,4	20,8	22,2	23,5
Total venituri din industria muzicală	60,6	61,5	62,6	65,1	66,4	67,6

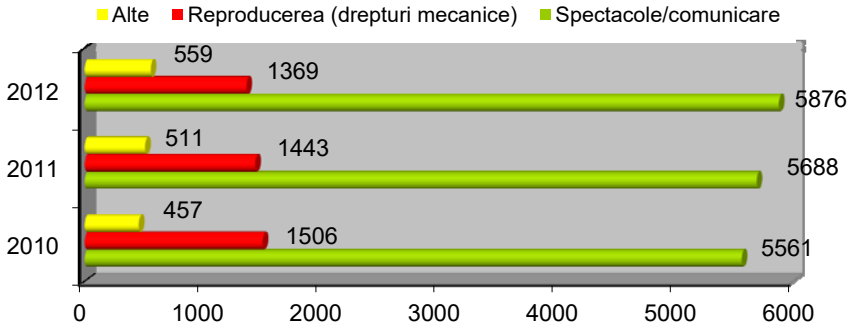
Sursa: http://www.grabstats.com/statcategorymain.aspx?StatCatID=9

[19] Sustaining Creativity. Growth In Creators' Royalties As Markets Go Digital. Coordination of the report: Anne Fortier, Cecile Roy and Aurore Jaballah

Redevenţele din spectacole/comunicare după cum rezultă din informațiile prezentate în Figura 1 au crescut în 2012 cu 3,3%, atingând astfel suma de 5,9 miliarde €. Acestora le revine majoritatea absolută a redevenţelor colectate de membrii CISAC. Segmentul spectacolele /comunicare, atinge o pondere de 75% din volumul total al redevenţelor colectate prin intermediul organizaţiilor de gestiune colectivă.

Figura 1

Cuantumul colectării redevenţelor la nivel mondial după tipul de drepturi în perioada anilor 2010-2012 (mln euro)



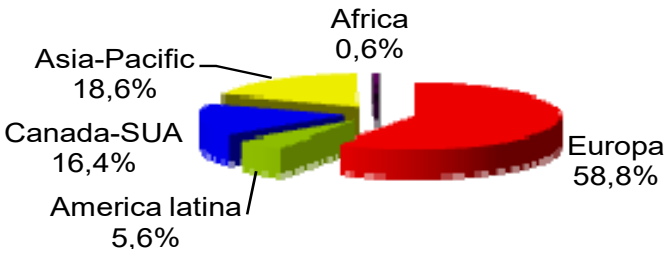
Sursa: http://www.cisac.org/CisacPortal/cisacDownloadFile.do?docId=25999

Cuantumul redevenţelor pentru utilizarea altor drepturi (reprografie, copiere privată, dreptul de suită, multimedia, etc.), în 2012 de asemenea a înregistrat o creștere de 9%, atingând valoarea de 559 milioane €. Cea mai mare categorie - reprografia (reproducerea reprografică) în 2012 a crescut cu 19%, atingând cuantumul de 242 milioane €.

Potrivit unui studiu efectuat de CISAC repartizarea teritorială în aspect mondial a colectării redevenţelor pe regiunile lumii se efectuează după cum este prezentat în Figura 2.

Figura 2

Ponderea colectării redevenţelor la nivel global, pe regiuni ale lumii (anul 2012)



Sursa: http://www.cisac.org/CisacPortal/cisacDownloadFile.do?docId=25999

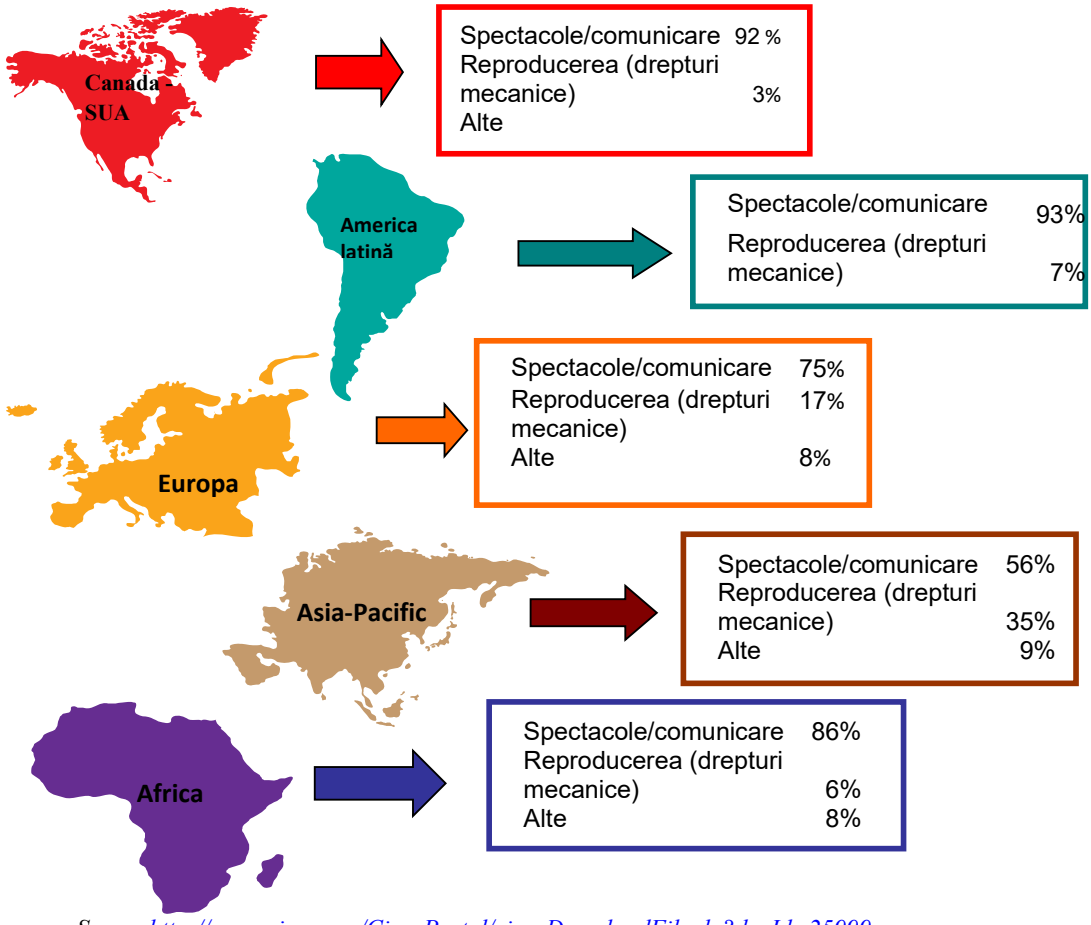
Conform studiului menționat Europa colectează aproximativ 59% din redevenţele la nivel global. Pentru prima dată încasările din regiunea Asia-Pacific în a. 2012 au constituit o pondere mai mare decât cele din Canada-SUA.

În Figura 3 este reprezentată repartizarea cotelor redevențelor colectate în 2012 după tipurile de drepturi şi regiuni ale lumii. La nivel mondial acestea au fost divizate după cum urmează: spectacole/comunicare – 75%; reproducere (drepturi mecanice) – 18% și alte drepturi – 7%. Se observă un decalaj destul de mare la reproducere (drepturi mecanice) intre regiunea Asia-Pacific vis-a-vis de restul regiunilor. Aceasta se datorează faptului că majoritatea redevențelor colectate pentru acest tip de drept provin de la comercializarea DVD și CD, care la moment arată un trend ascendent doar în Japonia. Conform datelor IFPI (Federaţia Internaţională a Industriei fonografice), Japonia este în prezent cea mai mare piaţă de muzică din lume pentru muzica în format fizic, care a contribuit la creşterea veniturilor din producția audio-video comercializată prin intermediul purtătorilor materiali (drepturilor mecanice)[20]. Acest lucru a fost determinat de fenomenul colectării de CD-uri, multe dintre care sunt vândute în ambalaj special.

Totuși, tendințele generale indică la faptul că tirajele de milioane ale albumelor pe CD țin deja de domeniul trecutului.

Figura 3

Ponderea colectării redevenţelor după tipul drepturilor şi regiuni ale lumii în a. 2012 (%)



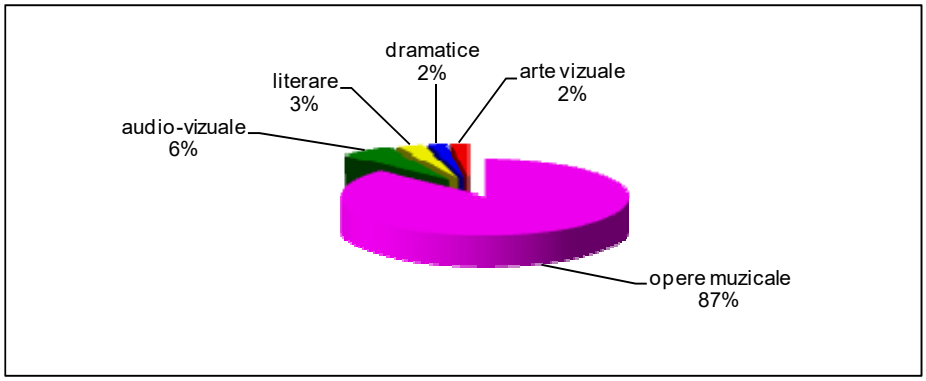
Sursa: http://www.cisac.org/CisacPortal/cisacDownloadFile.do?docId=25999

[20] În schimbul dreptului de a reproduce o compoziţie muzicală pe o înregistrare audio, casa de discuri datorează deţinătorului dreptului de autor un procent din preţul de vânzare al înregistrării, indiferent de formatul acesteia (CD, caseta, disc, mp3, etc.). Drepturile autorului rezultate din vânzarea de înregistrari se numesc **drepturi mecanice**

Potrivit sondajului efectuat de CISAC 87% (6,8 miliarde €) din încasări provin din interpretările operelor muzicale. Acest fapt datorează în mare parte unei atașări mai avansate a sectorului muzical activității organizațiilor de gestiune colectivă pentru mai multe tipuri de drepturi, în comparaţie cu alte sectoare, în care cele mai multe utilizări sunt de obicei negociate şi autorizate în mod direct de către creator, producător sau editor.

Figura 4.

Originea încasărilor de redevenţe la nivel global în a. 2012 (%)



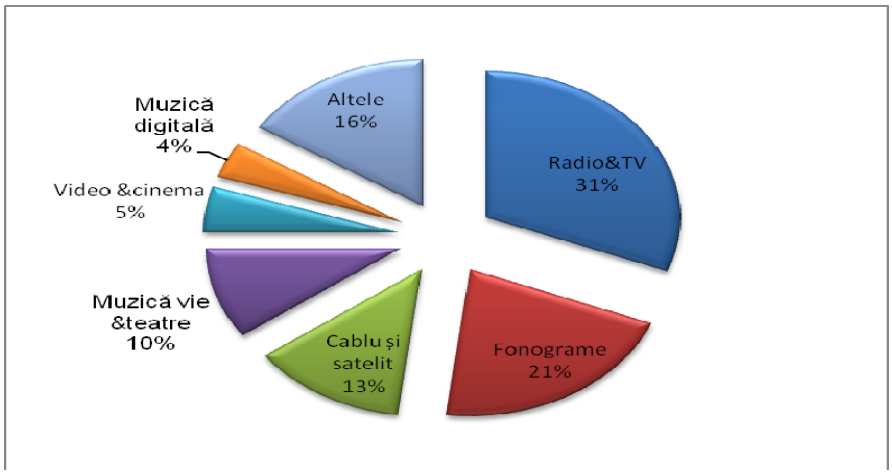
Sursa: Sustaining Creativity. Growth In Creators' Royalties As Markets Go Digital. Coordination of the report: Anne Fortier, Cecile Roy and Aurore Jaballah

Ponderea diferitor tipuri de drepturi pentru utilizarea cărora au fost colectate redevențe la nivel mondial în 2012 este reflectată în Figura 5. Cele mai importante tendințe ce au dominat stabilirea acestui coraport dintre categoriile de drepturi în cauză au fost:

- Creşterea semnificativă de 29 % în Canada și SUA a transmiterii prin cablu și satelit ;
- Sporirea considerabilă a redevențelor colectate pentru sectorul video şi cinema în Asia(14%), condiționată preponderent de extinderea semnificativă a sectorului muzicii video în Japonia;
- Interesul sporit față de interpretarea vie (muzică și teatru) în America Latină (23%) şi Europa (14%);
- Creșterea de până la 55% a redevențelor colectate pentru sectorul radio și televiziune în Africa.

Figura 5

Ponderea diferitor categorii de drepturi pentru care au fost colectate redevențe la nivel mondial în 2012



Sursa: http://www.cisac.org/CisacPortal/cisacDownloadFile.do?docId=25999

Piața producției audiovizuale din Republica Moldova. Statistica oficială până în prezent ne oferă o informație extrem de restrânsă și incompletă privind activitatea instituțiilor teatrale, muzicale din Republica Moldova şi a întreprinderilor ce activează în aşa numita *industrie muzicală*. Informaţiile de acest gen se reduce la numărul instituțiilor implicate tradițional în unele din aceste activităţi, a spectacolelor/concertelor organizate și cel al spectatorilor.

Astfel, pentru ultimii ani informațiile ce ţin de activitatea instituţiilor teatral-muzicale sunt reflectate în Tabelul nr. 16.

Tabelul 16

Activitatea teatral-muzicală în Republica Moldova în anii 2005-2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Teatre	15	14	14	14	14	14	14	14
Filarmonică	1	1	1	1	1	1	1	1
Colective artistice profesioniste	5	5	5	5	5	5	5	5
Spectacole teatrale	2117	2327	2495	2505	2245	2668	2939	2819
Concerte filarmonice	70	105	100	80	115	113	117	118
Concerte ale colectivelor artistice profesioniste	189	187	215	212	224	239	216	250
Spectatori ai spectacolelor teatrale, (mii oameni)	368	382	402	409	336	349	379	402
Spectatori ai concertelor filarmonice, (mii oameni)	11	13	18	19	22	37	30	30
Spectatori ai spectacolelor colectivelor artistice profesioniste, (mii oameni)	166	231	194	171	157	136	111	136

Sursa: Anuarul statistic al Republicii Moldova 2013, Chişinău: Statistica, 2013, p. 229

Constituirea unor relații pe piață veritabile în Republica Moldova începe odată cu liberalizarea economică, tranziția la economia de piață, adoptarea Legii cu privire la dreptul de autor și drepturile conexe, elaborarea și implementarea mecanismelor de respectare a prevederilor acesteia. Reglementarea funcționării pieţei audiovizualului, respectarea principiilor de comunicare audiovizuală și libera concurenţă în Republica Moldova este pusă în sarcina Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA).

Conform datelor CCA actualmente pe piața audiovizualului din Republica Moldova activează (dispun de licență) 238 întreprinderi ce oferă servicii în acest domeniu la nivel național, regional și local. Divizarea lor pe domenii de activitate este expusă în Tabelul 17.

Tabelul17

Numărul subiecților ce dispun de licențe pentru activitatea pe piața audiovizualului din RM la 31.12.2013

	Transmisie		cablu	MMDS	GSM	Total
	prin eter	prin satelit				
Televiziune	34	9	22	-	-	65
Radiodifuziune	56	4	1	-	-	61
Distribuitori	-	2	105	3	2	112
Total	**90**	**15**	**128**	**3**	**2**	**238**

Sursa:Raport cu privire la activitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului din RM în anul 2013

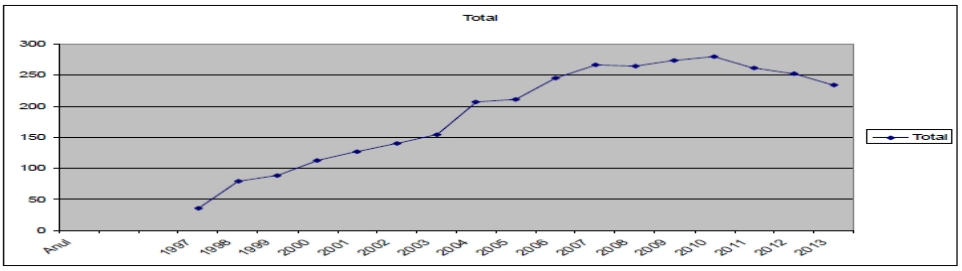
După cum rezultă din informațiile tabelului 17 numărul stațiilor de radiodifuziune și televiziune s-a extins vertiginos pe parcursul ultimilor 25 de ani. Trendul ascendent al evoluției numărului deținătorilor de licențe pentru activitatea pe piața audiovizualului din RM este prezentată în Figura 6. Doar în ultimii trei ani acesta a înregistrat o ușoară descreștere.

Pe parcursul ultimilor două decenii numărul subiecților, ce activează pe piața audiovizualului din Republica Moldova, după cum urmează din materialele prezentate, s-a majorat de cca 6 ori.

Figura nr. 6

Dinamica dezvoltării pieţei audiovizuale 1997-2013

(numărul de titulari de licențe pe piața audiovizualului)



Sursa: Raport cu privire la activitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului din Republica Moldova în anul 2013

Dificultățile administrării eficiente a utilizării obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe în mod individual, atât pentru titularii de drepturi, cât și pentru utilizatori, impune necesitatea unui sistem de gestiune specială ce a dat naștere creării organizațiilor de gestiune colectiva (OGC) a operelor artistice. În cadrul sistemului de gestiune colectiva, titularii de drepturi încredințează OGC-urilor sarcinile de a monitoriza utilizările operelor lor, a negocia cu utilizatorii condiţiile ei, a acorda acestora licențe contra remunerației echitabile pe baza unui sistem de tarife în condiții similare, a colecta remunerațiile și a ale distribui titularilor de drepturi.

Procedura de colectare și repartizare a remunerației de autor este una extrem de dificilă, urmare a faptului că aceasta este influențată de o multitudine de factori complecși. Comercializarea obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe se efectuează preponderent în forma unor copii pe suport material (înregistrări audio şi video pe purtători materiali-CD, picturi, cărți, obiecte de artizanat, etc.), precum şi prin executare pe viu (spectacole, concerte, etc.), de asemenea ca material în emisiunile radio şi de televiziune, şi nu în ultimul rând ca o combinaţie de cuvinte (text), melodie şi interpretare.

În Republica Moldova OGC-urile își desfășoară activitatea în conformitate cu prevederile Legii nr.139 din 02.07.2010 privind dreptul de autor si drepturile conexe, în baza statutelor proprii și în limitele împuternicirilor care le-au fost delegate de titularii dreptului de autor și/sau ai drepturilor conexe. Activitatea organizațiilor se avizează de către AGEPI. La moment În RM activează 5 organizații de gestiune colectiva:

- Asociația „Drepturi de Autor si Conexe” (AsDAC);
- Asociația Națională pentru Protecția Creației Intelectuale (ANPCI);
- Asociația Națională „Copyright” (ANCO);
- Oficiul Republican al Dreptului de Autor (ORDA);
- AO „ReproMold” (ReproMold).

Cea mai mare experienţă în domeniul gestiunii drepturilor de autor o are AsDAC-ul, aceasta fiind înregistrată în anul 1999. AsDAC este membru al Confederaţiei Internaţionale a Societăţilor Autorilor şi Compozitorilor (CISAC) din decembrie 2000 cu titlu provizoriu, iar din decembrie 2005 cu titlu permanent.
În cele ce urmează vom analiza tendințele evoluției pieței producției muzicale din Republica Moldova, bazându-ne preponderent pe informațiile statistice prezentate de AsDAC.

Pe parcursul ultimilor trei ani numărul contractelor de licență menținute în vigoare după cum rezultă din informațiile expuse în Tabelul 18 a înregistrat o creștere constantă.

Tabelul 18

Numărul contractelor de licență în vigoare încheiate de AsDAC

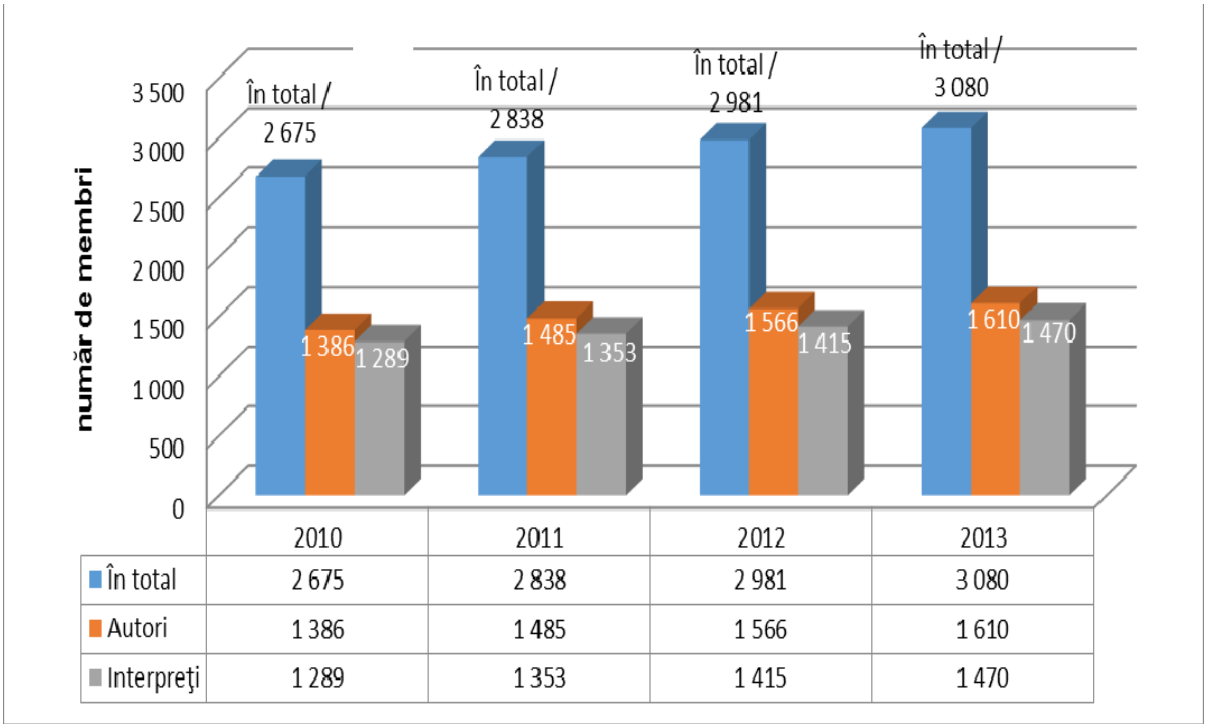
Anii	2010	2011	2012	2013
Nr. de contracte	1826	1379	1467	1748

Sursa: Rapoartele anuale privind activitatea Directoratului AsDAC

Evident, s-a constatat și o majorare a numărului de membri AsDAC, situația, pe parcursul anilor 2010-2013, evoluând după cum rezultă din datele prezentate în Figura 7:

Figura 7

Numărul membrilor AsDAC pe categorii de drepturi/ autori și interpreți



	2010	2011	2012	2013
În total	2 675	2 838	2 981	3 080
Autori	1 386	1 485	1 566	1 610
Interpreţi	1 289	1 353	1 415	1 470

Sursa: Rapoartele anuale privind activitatea Directoratului AsDAC

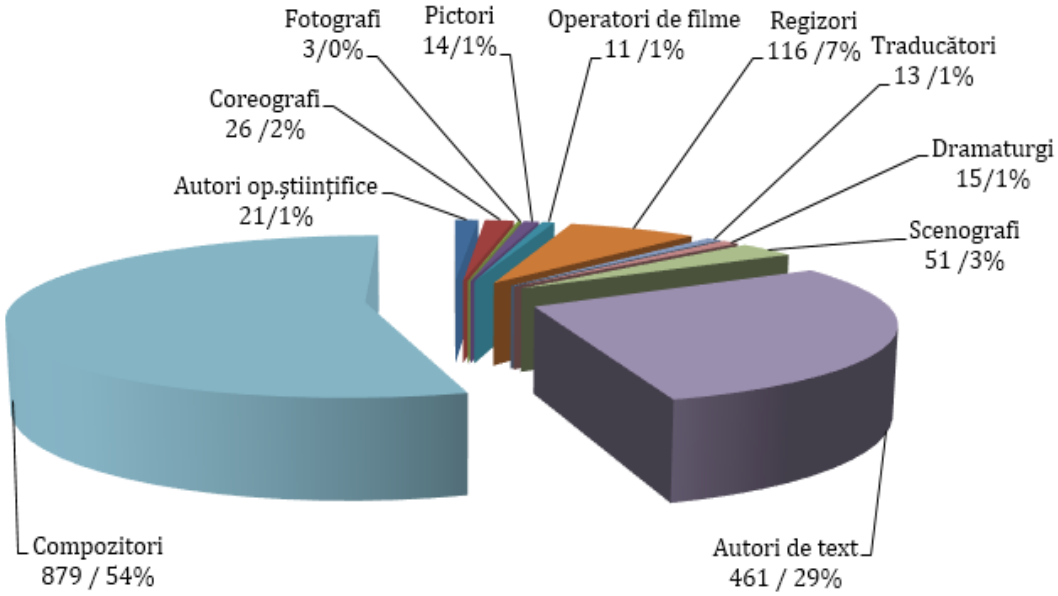
Repartizarea membrilor AsDAC conform diferitor categorii de titulari ai dreptului de autor este reprezentată în Figura 8, din care rezultă ca majoritatea absolută a autorilor o dețin compozitorii, fapt ce inevitabil se reflectă și în nivelul redevențelor colectate de la utilizatori pentru interpretarea operelor muzicale.

OGC-urile își extind activitatea nu doar asupra teritoriului național, ci în mod tradiţional, și în străinătate. Protecţia peste hotare a drepturilor autorilor autohtoni se asigură prin colaborarea cu asociațiile de profil din alte țări cu încheierea unor contracte de reprezentare reciprocă a drepturilor de autor şi drepturilor conexe. Astfel, acest mecanism asigură achitarea plăților autorilor și

interpreților străini din interpretările creaţiilor acestora în Republica Moldova și a celor autohtoni pentru aplicarea operelor respective în străinătate.

Figura 8

Numărul și ponderea diferitor categorii de titulari ai dreptului de autor membri AsDAC (la 31.12.2013)



Sursa: Rapoartele anuale privind activitatea Directoratului AsDAC

În Tabelul 19 sunt prezentate datele referitoare la încasările remunerațiilor de autor colectate din RM și din străinătate. Conform informației disponibile se înregistrează o scădere a sumei totale pentru ultimii ani, fapt ce se datorează declanșării unor litigii dintre OGC-uri referitor la colectarea plăților.

Tabelul 19

Remuneraţii încasate de la utilizatorii din RM și din străinătate (lei)

Anii	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**
Remunerație din MD	6,088,797.63	6,685,576.53	5,761,367.68	4,936,973.35
Remunerație din străinătate	142,013.10	90,366.31	137,649.00	141,629.82
Total	6,230,810.73	6,775,942.84	5,899,016.68	5,078,603.17

Sursa: Rapoartele anuale privind activitatea Directoratului AsDAC

Remuneraţia încasată în anul 2013 din teritoriul Republicii Moldova – de 4 936 973,35 lei a fost formată din diverse categorii (tipuri) de defalcări ce corespund modalităţilor de valorificare a creaţiilor artistice indicate în Tabelul 20.

Informațiile prezentate în Tabelul 20 indică că cea mai mare sumă a fost colectată pentru tipul de licență **Ip mecanică** (interpretare publică în alte cazuri decât concerte și spectacole) - 3,807,375.19lei, aceasta fiind urmată de **Ip vie-S**

(interpretare publică în spectacole) - 437,780.99 lei și **RTV-Pr** (radio televiziune) comunicare publică în emisiuni proprii - 244,818.00 lei.

Tabelul 20

Remuneraţia încasată din teritoriul Republicii Moldova (lei)

Tipul de licență	Anii			
	2010	**2011**	**2012**	**2013**
Ip mecanică (interpretare publică în alte cazuri decât concerte și spectacole)	2,899,265.12	3,669,427.69	3,591,514.22	3,807,375.19
Ip vie-S (interpretare publică în spectacole)	320,740.17	402,703.77	494,486.97	437,780.99
Ip vie-C (interpretare publică în concerte)	142,901.17	246,595.81	255,532.89	172,190.67
RTV-Pr (radio televiziune) comunicare publică în emisiuni proprii	1,248,649.97	996,431.65	448,544.32	244,818.00
RTV-Re (radio-televiziune) retransmitere prin satelit și cablu	1,046,023.45	1,115,198.48	717,874.88	59,972.00
RC-AV(remunerație compensatorie din opere audiovizuale)	185,647.35	169,668.62	147,039.69	134,387.44
RC-RR (remunerație compensatorie din reproducere reprografică)	0.00	3,742.65	53,834.09	24,167.06
AVI (opere audiovizuale)	241,970.40	67,693.76	17,897.86	8,627.00
PP (publicații periodice)	1,350.00	1,745.00	3,105.00	655.00
ST (telefonie fixă) licență deținută numai de Moldtelecom	2,250.00	1,000.00	0.00	0.00
FO (fonograme)	0.00	2,688.00	0.00	0.00
OL (opere literare)	0.00	8,440.40	0.00	0.00
Remunerație fără licență	0.00	240.70	31,537.76	47,000.00
Total	**6,088,797.63**	**6,685,576.53**	**5,761,367.68**	**4,936,973.35**

Sursa: Rapoartele anuale privind activitatea Directoratului AsDAC

Notă: În nominalizarea tipurilor de remunerații este păstrată terminologia aplicată de CISAC.

În contextul informației prezentate în Tabelul 20 vom menționa că în urma conflictului declanșat începând cu anul 2012 dintre OGC, colectarea remunerațiilor practic s-a blocat. Sumele reflectate în anii 2013 și parțial 2012 prezintă datoriile anilor precedenți. Prin urmare, datele expuse în Tabelul 20 nu reflectă dinamica reală a remunerațiilor, ci doar coraportul dintre diferite tipuri a acestora.

Un instrument al asigurării protecției operelor audiovizuale și fonogramelor, reglementării pieței respective, dar și al monitorizării ei, sunt marcajele de control.

Conform prevederilor legii cu privire la difuzarea exemplarelor de opere și fonograme nr.1459-XV din 14.11.2002, AGEPI eliberează marcaje de control, ține și administrează Registrul de stat al acestora. Pe parcursul ultimilor 11 ani după cum rezultă din Tabelul 21, au fost eliberate cca 11,7 mln marcaje de control.

Ca urmare a evoluției tehnologice și a modalităților de valorificare a operelor prin rețelele deschise pe parcursul ultimilor ani se constată o diminuare semnificativă a numărului marcajelor de control eliberate de AGEPI. Această tendință de renunțare masivă la utilizarea suporturilor materiali ale operelor muzicale, bineînțeles coincide cu tendințele similare din majoritatea țărilor, fiind consecința progresului în sfera TIC.

Tabelul 21

Dinamica eliberării marcajelor de control în anii 2003-2010 (buc.)

Suportul	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Compact-discuri (DA)	192104	577728	664690	801992	820838	662953	375022	384653	517987	252685	197193	5447845
Casete audio (AA)	565313	1777982	1285882	964070	561055	273731	223250	4000	2250	141815	1525	5800873
Casete video (VA)	82620	192405	110680	25815	6255	0	0	0	0	0	0	417775
Total:	**840037**	**2548115**	**2061252**	**1791877**	**1388148**	**936684**	**598272**	**388653**	**520237**	394500	198718	11666493

Sursa:Rapoartele statistice ale departamentelor AGEPI

Generalizarea informaţiei disponibile privind evoluţia, starea actuală şi funcţionarea pieței muzicale și celei audio-video în RM, ne permite să identificăm următorii indicatori principali ai acesteia, ce la moment pot reprezenta tendinţele ei dominante:

1. Numărul spectacolelor teatrale, concertelor filarmonice și ale colectivelor artistice profesioniste
2. Numărul spectatorilor ai spectacolelor teatrale, concertelor filarmonice și ale colectivelor artistice profesioniste
3. Numărul subiecţilor ce deţin licenţe pentru activitate pe piaţa audiovizualului
4. Numărul OGG avizate de AGEPI
5. Numărul membrilor asociațiilor de gestiune colectivă
6. Numărul contractelor de licență încheiate de OGC
7. Eliberarea marcajelor de control
8. Remunerațiile pentru încasările din interpretările publice în alte cazuri decât concerte și spectacole

9. Remunerațiile pentru încasările din spectacole
10. Remunerațiile pentru încasările din concerte
11. Remunerațiile pentru interpretarea la radio/televiziune
12. Remunerații compensatorii opere audiovizuale
13. Remunerații compensatorii reproducere reprografică
14. Remunerații transferate în străinătate
15. Remunerații obținute din străinătate

3.2.2. Piața producției literare și poligrafice

Privire de ansamblu asupra pieţei producţiei literare publicaţiilor tipărite. Piaţa publicaţiilor tipărite apare odată cu valorificarea tiparului şi, pe parcurs, a devenit un element tradiţional, dar şi definitoriu al pieţei proprietăţii intelectuale. Desigur, datorită Internetului şi publicațiilor electronice, ponderea publicaţiilor tipărite pe piaţa proprietăţii intelectuale în ultimii ani s-a diminuat semnificativ. Totuşi, operele publicate deţin încă o pondere impresionantă în veniturile totale ale subiecţilor implicaţi în elaborarea, multiplicarea, valorificarea şi comercializarea creaţiilor intelectuale. Deşi drepturile asupra conţinutului creaţiei literare sunt separate din punct de vedere legal de drepturile asupra obiectului fizic în cere acestea se manifestă, atunci când o operă este distribuită în format imprimat, „cuvintele” şi „hârtia” sunt integrate într-un mod complex, constituind un întreg.

Publicarea (prin imprimare) este doar una dintre căile în care conţinutul literar poate fi distribuit. Noile mijloace de distribuire, în special în format digital, prin reţelele de comunicaţii şi prin intermediul Internetului, au separat complet conţinutul de mijloacele tehnice. Astfel, capacitatea de a exercita multe din drepturile exclusive ale titularului dreptului de autor (cum ar fi: reproducerea, distribuirea, adaptarea) sunt acum la îndemâna utilizatorilor, devenind extrem de accesibile din punct de vedere tehnic. Impactul acestor schimbări nu poate însă fi evaluat.

Potrivit OMPI cele mai importante categorii de publicaţii tipărite sunt următoarele[21]:

- Publicaţiile comerciale (acestea cuprind cărţile, care sunt, de obicei, achiziţionate în librării destinate publicului larg; ediţiile pentru copii; de asemenea lucrările de referinţă generale, etc.);

[21] Guide on the Licensing of Copyright and Related Rights. WIPO, pp. 17

- Publicaţiile didactice cu destinaţie educaţională, inclusiv materialele pentru învăţământul elementar şi secundar, precum şi pentru cel superior şi special;
- Lucrările ştiinţifice, tehnice şi medicale destinate preponderent studiilor post-universitare, oamenilor de ştiinţă, cercetătorilor, medicilor şi altor profesionişti, precum şi diverse publicaţii de nivel major, inclusiv reviste academice şi alte publicaţii periodice.

Conform informaţiilor deţinute de Asociaţia Internaţională a Editorilor, care urmăreşte activitatea de editare în aproape 30 de ţări ale lumii, la începutul sec. XXI piaţa publicaţiilor tipărite în unele țări din Occident a atins următorii indicatori[22]:

- vânzările de carte din SUA au constituit în a. 2002 peste 26 miliarde dolari.
- în anul 1999, Marea Britanie a obținut mai mult de 4,4 miliarde dolari din vânzările de carte;
- editorii din Italia în anul 2000 au vândut, cărţi în valoare de 2,3 miliarde dolari pe piaţa internă, şi au obţinut un venit suplimentar de 65 milioane dolari din vânzările de export;
- vânzările de carte din Germania în anul 2000 au atins cifra de 1,3 miliarde dolari;

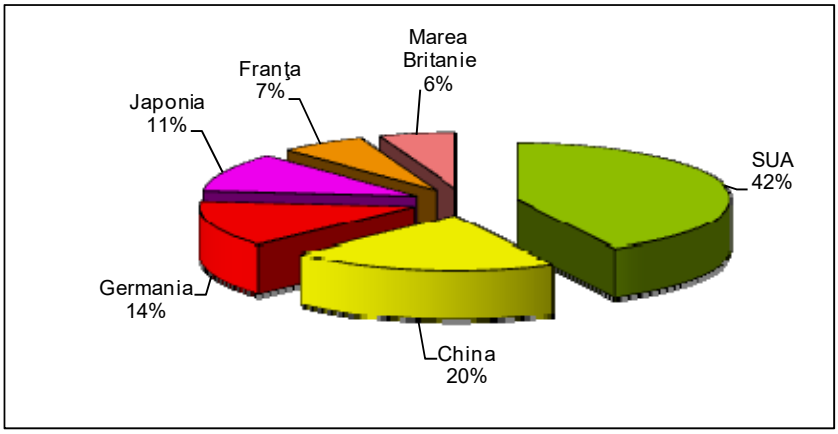
Estimările Asociaţiei Internaţionale a Editorilor denotă faptul că cititorii din întreaga lume, la început de secol, cheltuiau anual pentru procurarea cărţilor o sumă de cca 114 miliarde euro. Această cifră de afaceri a comerţului cu carte practic constituie indicatorul valoric al pieţei mondiale a publicaţiilor tipărite. Ea include nu doar **cărţile imprimate** ci şi **ediţiile digitale** de diferite tipuri de publicaţii, de asemenea, materiale educaţionale, precum şi cele profesionale şi ştiinţifice.

Cu o valoare de aproape 70 de miliarde euro, cele mai mari şase pieţe de carte din lume după cum rezultă din Figura 9 sunt cea a Statelor Unite ale Americii, a Chinei, Germaniei, Japoniei, Franţei şi Marii Britanii. Împreună, după cum rezultă din informațiile expuse în Figura 9, acestea constituie mai mult de 60% din cheltuielile globale pentru carte.

[22] Ibidem, p. 18

Figura 9

Ponderea celor mai mari 6 pieţe naţionale a produselor editoriale (piaţa internă la preţul cumpărătorilor)



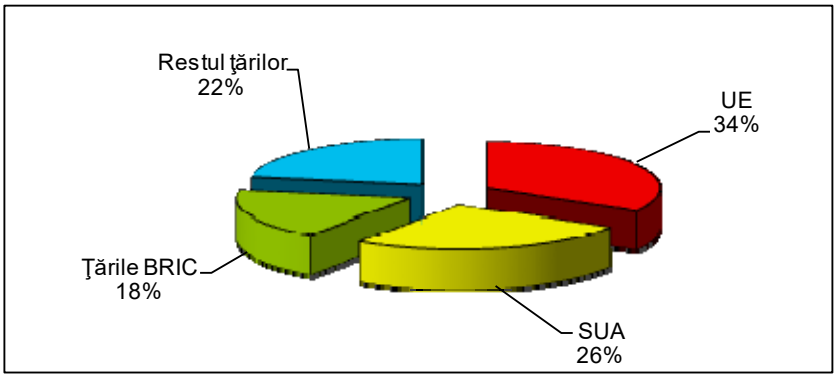
Sursa: Annual Report: October 2012 – October 2013. International Publishers Association, p.15

Creşterea pieţelor emergente pe piaţa globală a producţiei editoriale. În ultimul deceniu, la nivel mondial au apărut noi actori importanți ai pieţei producţiei editorial-tipografice. Structura în schimbare a pieței mondiale pe acest segment este reflectată în Figura 10. Cererea pentru cărţi şi materiale educaţionale reflectă, cu o similitudine remarcabilă, tendințele globale ale creşterii economice.

China, a doua piaţă a publicaţiilor tipărite la nivel mondial, reprezintă mai mult de jumătate din cota de piaţă a ţărilor BRICS. Se prognozează ca industria editorială din China să crească în continuare cu ritmuri avansate, fiind determinată de consumul intern şi aspiraţia pentru o mai bună educaţie a clasei de mijloc în regiunile urbane mari ale Chinei. Între timp, în alte ţări BRICS, în special Brazilia, se considera că perioada de extindere a sectoarelor de carte ar putea să se apropie de sfârşit.

Figura 10

Ponderea pieţelor regionale a produselor editoriale (la preţul cumpărătorilor)



Sursa: Annual Report: October 2012 – October 2013. International Publishers Association, p.17

Astfel de procese, inclusiv de încetinire treptată a activităților editorial-poligrafice, în conformitate cu evoluţia ritmurilor generale ale dezvoltării economice şi performanţelor sectorului TIC, se înregistrează şi în alte câteva ţări, în special în Turcia şi Mexic.

Potrivit informaţiei Asociaţiei Internaţionale a Editorilor, pentru unele dintre cele mai dinamice pieţe, cum ar fi cele ale Indiei sau Republicii Coreea, este foarte dificil de realizat o imagine de ansamblu a tendinţelor şi a evoluţiilor acestui important sector, urmare a lipsei de date fiabile.

Per ansamblu, printre produsele de divertisment, editarea de carte este în mod evident printre cele mai mari industrii, cu o cifra de afaceri ce, la nivel global, o depășește pe cea a industriei muzicale.

O altă categorie specifică de publicaţii și un segment important al pieței, în paralel cu cărţile, sunt publicaţiile periodice: ziarele şi revistele. Acestea, la rândul său, sunt divizate în publicaţii periodice pur comerciale, informaţionale şi ştiinţifice.

Un alt segment al pieţei produselor editorial-tipografice îl constituie operaţiunile de export-import. Pentru perioada 2003-2012 dinamica exportului de cărţi, ziare şi alte materiale tipărite la nivel mondial a fost conformă cu datele din tabelul şi figura ce urmează:

Tabelul 22

Exportul produselor editoriale la nivel mondial, (mlrd. dol)

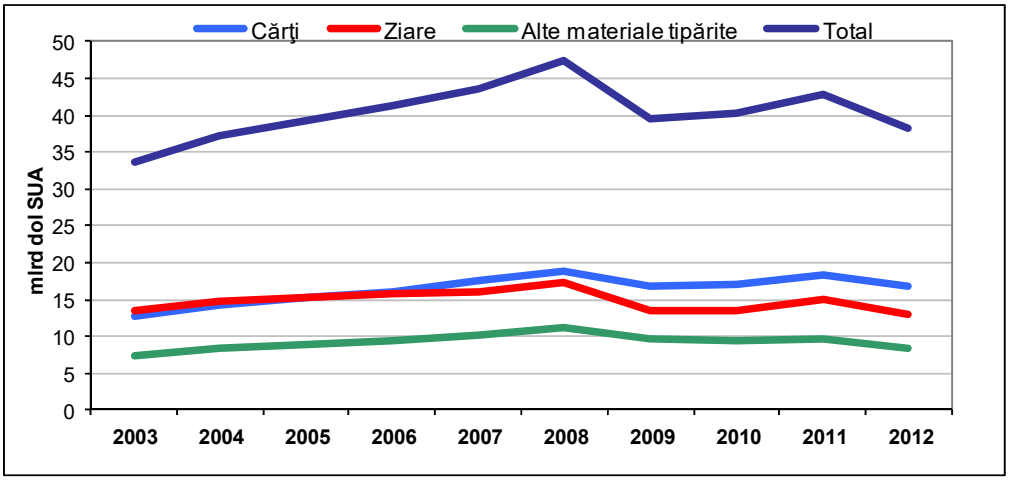
Activitatea de editare	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Cărţi	12,819	14,215	15,284	16,102	17,448	18,773	16,739	17,083	18,210	16,718
Ziare	13,478	14,760	15,210	15,890	15,999	17,434	13,362	13,583	15,006	13,055
Alte materiale tipărite	7,316	8,254	8,853	9,377	10,045	11,293	9,540	9,509	9,680	8,487
Total	33,613	37,229	39,347	41,369	43,492	47,499	39,641	40,175	42,897	38,260

Sursa: http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx

Stagnarea cu o ușoară diminuare pe piața globală a exportului publicațiilor tipărite, bineînțeles este o consecință a crizei economico-financiare mondiale și a extinderii Internetului asupra utilizării acestora. De menţionat că criza declanşată în a. 2008 a afectat toate segmentele specificate în Tabelul 22. Pe segmentele *Ziare* şi *Alte materiale tipărite* indicatorii anului 2012 practic staţionează la nivelul anilor 2003-2004. Doar exportul cărţilor a înregistrat o creştere de cca 25%.

Figura 11

Tendinţele exportului de cărţi, ziare şi alte materiale tipărite pe piaţa globală, a. 2003-2012 (mlrd. dol)



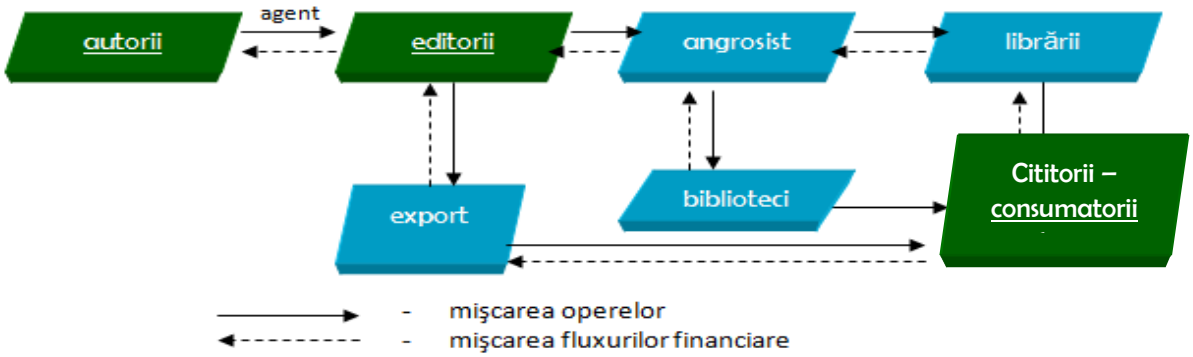
Sursa: elaborat de autor în baza http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx

Principalii subiecţi ai pieţei publicaţiilor tipărite sunt ***autorii***, ***editorii*** şi ***consumatorii finali***. Totodată, funcţionalitatea pieţei menţionate după cum rezultă din modelul expus în Figura 12, este mult mai complexă. Autorii sunt persoane creative individuale, care poartă responsabilitate pentru conţinutul lucrărilor sale. Ca o operă să apară pe piaţă şi să fie solicitată, este nevoie de un proces îndelungat şi complex de colaborare și promovare, care implică eforturile autorilor, editorilor, ilustratorilor, angrosiștilor şi a altor artişti și subiecți ai pieței. Drepturile pentru toată opera sau doar pentru unele elemente ale acesteia poate aparţine unuia sau mai multor participanţi, în funcţie de împrejurările şi condiţiile procesului de creare a operei şi relaţiile contractuale.

De obicei, în Occident procesul de achiziţie a drepturilor are loc prin intermediul unui *agent*, care reprezintă autorul în negocierea cu editorii. Funcţiile lui constau în reprezentarea autorului în relaţiile de licenţiere a drepturilor.

Figura 12

Subiecţii principali ai pieţei publicaţiilor tipărit



Sursa: elaborată de autor

Ca şi orice alte mărfuri, producţia editorial-poligrafică are consumătorii săi finali-cumpărătorii/cititorii. Bibliotecile, instituţiile de învăţământ în calitate de cumpărători ai copiilor operelor literare sunt cei mai importanţi utilizatori comerciali ai publicaţiilor editorial-poligrafice.

Unul dintre aspectele majore ale activităţii editorial-poligrafice este relaţia contradictorie dintre editori şi autori. Astfel, editorii în permanenţă încearcă să majoreze veniturile lor din vânzări prin extinderea în timp a drepturilor sale asupra operelor respective, fapt ce desigur contravine intereselor autorilor, lezând drepturile lor.

Piaţa publicaţiilor tipărite din Republica Moldova. Sistemul editorial-poligrafic şi de comercializare a producţiei acestuia din Republica Moldova este constituit din edituri, tipografii, redacţii ale ediţiilor periodice (ziare şi reviste), agenţii de presă, librării şi Camera Naţională a Cărţii.

Actualmente, sectorul publicaţiilor tipărite din Moldova este într-o situaţie mai favorabilă comparativ cu sfârşitul anilor 90 –începutul anilor 2000. Au apărut mai multe oportunităţi pentru redacţii de a accesa resurse financiare suplimentare sub formă de granturi. De asemenea, se menționează o amplificare a concurenţei, cu o majorare a numărului de publicaţii şi îmbunătăţire a calității serviciilor propuse.

În Figura 13 este prezentată Analiza SWOT a pieţei publicaţiilor tipărite din Republica Moldova.

Publicaţiile periodice tipărite din Republica Moldova întrunesc ziarele centrale, departamentale și cele locale (raionale, municipale, regionale), revistele, inclusiv cele ştiinţifice. Piaţa ziarelor locale şi a celor departamentale este serios afectată de factorii politici şi administrativi. Ziarele sunt activ utilizate de partidele politice, administraţia centrală şi locală, organizaţiile obşteşti şi profesionale în scopuri propagandistice şi de formare a opiniei. Datorită unei susţineri financiare din partea acestora, ziarele deseori se comercializează la preţuri dumping.

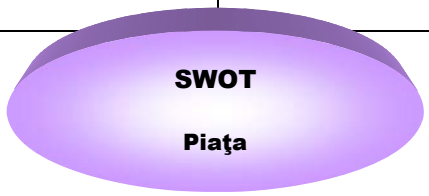
Componenta comercială a publicaţiilor ştiinţifice este nesemnificativă, acestea servind preponderent scopurilor informării şi comunicării ştiinţifice.

O problemă extrem de dificilă a funcţionării publicaţiilor periodice tipărite în contextul protecţiei drepturilor de autor şi condiţiilor economiei de piaţă, constă în faptul că majoritatea publicaţiilor din Republica Moldova nu achită autorilor onorarii, iar în cazul în care acestea se achită, cuantumul lor este minuscul. Mai mult decât atât, ziarele şi revistele practic percep anumite plăţi pentru plasarea pe paginile sale a unor materiale informaţionale în scop de reclamă mascată, sporire a vizibilității, formare a imaginii, etc.

Figura 13

Analiza SWOT a pieţei publicaţiilor tipărite din Republica Moldova

STRENGTHS (Pucte forte)	**WEAKNESSES (Puncte slabe)**
- preţul relativ mic al ziarelor. Funcţia informaţională a ziarelor este recunoscută şi apreciată - ziarele locale şi regionale pot fi cea mai importantă sursă pentru publicitatea locală. De obicei există o concurenţă mică între ziarele locale şi centrale - flexibilitatea designului ziarelor le permite de a se adapta rapid cerinţelor publicitare - cărţile mai sunt încă o sursă importantă de idei, informare şi divertisment - cărţile rămân a fi un instrument important pentru educare - lanţul de distribuire de la autor la cumpărător este bine dezvoltat fiind unul preponderent de tip comercial - industria revistelor demonstrează o creativitate şi adaptabilitate înaltă, editorii de reviste fiind capabili să identifice pieţele emergente şi să creeze noi titluri pentru acestea - revistele sunt citite de toate clasele sociale şi de persoane de toate vârstele - cu toate că este costisitor de a edita o revistă, totuşi este posibil de a intra pe piaţă, provocarea majoră fiind găsirea unui canal de distribuire	- ziarele nu sunt de mare interes pentru tineri - dependenţa extrem de mare a ziarelor de veniturile din publicitate - editarea unui ziar implică costuri fixe mari, iar editorii mici au o pondere mare a costurilor fixe - ziarele nu sunt tot timpul atractive pentru publicitate, datorită existenţei altor metode mai atractive de plasare a publicităţii - numărul mic al cititorilor tineri fac ziarele mai puţin atractive pentru plasarea publicităţii - persoanele tinere citesc mai puţin şi utilizează alte instrumente media, cum ar fi: tv, jocurile şi internetul - inovarea este limitată, un număr mare de produse care sunt create sunt similare cu produsele anterioare - cumpărătorii cărţilor, deseori, nu sunt utilizatorii finali ai cărţilor (şcoli, universităţi, librării), iar editorii nu pot influenţa direct cititorii - cu toate că barierele de iniţiere a editării unei reviste sunt joase, întreprinderile mici întâmpină dificultăţi de a obţine acces la canalele de distribuţie şi retaileri.
- Internetul oferă ziarelor oportunitatea de a-şi extinde oferta pentru o audienţă mai largă - publicitatea şi marketingul de nişă, posibilitatea de a segmenta conţinutul pentru anumite categorii de clienţi, care nu au fost ţintite anterior - unele denumiri ale revistelor pot deveni branduri care pot fi utilizate pentru programele tv şi alte scopuri - micşorarea costurilor de intrare pe piaţă datorită noilor tehnologii - majorarea pieţei cărţilor prin marketingul noilor categorii de cărţi destinate persoanelor care în prezent nu cumpără cărţi, comercializate prin canale mai puţin tradiţionale - utilizarea Internetului pentru a crea un canal direct cu consumatorul individual şi de a ajunge la diferite grupuri de consumatori - dezvoltarea pieţei pe termen lung, încurajând copiii să citească cărţi - tehnologiile digitale deschid calea pentru mulţi concurenţi de a intra în industria editorială, ameninţând companiile existente cu micşorarea profitului **OPORTUNITIES (Oportunităţi)**	-micşorarea unei importante părţi a venitului datorită migraţiei publicităţii în spaţiul web -furnizarea ştirilor de înaltă calitate de către organizaţiile de radiodifuziune este una dintre ameninţările existenţei ziarelor -creşterea numărului de surse de ştiri online, inclusiv a posturilor tv şi radio -consumatorii cheltuie mai multe resurse pe alte tipuri media în detrimentul cărţilor -micşorarea populaţiei va avea un impact negativ pe termen lung asupra întregii industrii editorial-poligrafice -rata de alfabetizare poate scădea cu urmări negative pentru activitatea publicaţiilor periodice **THREATS (Riscuri)**

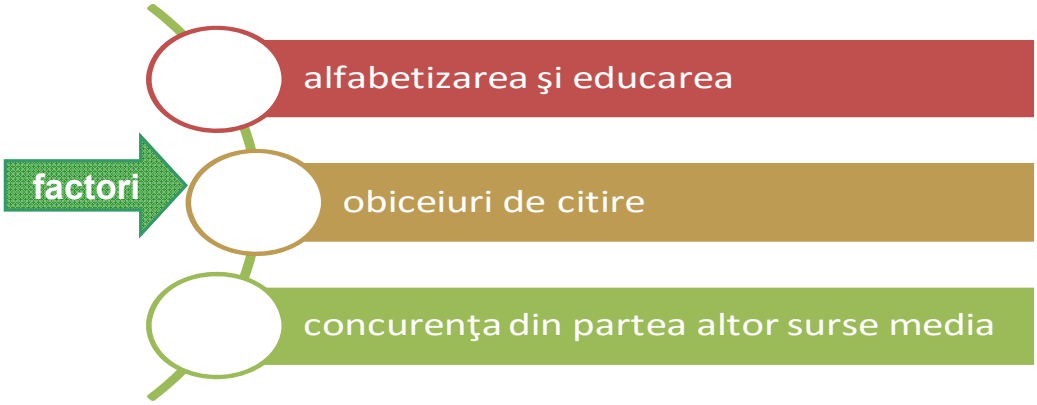


Sursa: Elaborată de autor

Sustenabilitatea sectorului publicaţiilor tipărite depinde de mai mulţi factori, care deşi pot fi interschimbabili, rămân invariabili. Cei mai importanți dintre aceștia sunt nominalizați în Figura 14.

Figura 14

Factorii ce afectează sustenabilitatea sectorului publicaţiilor tipărite



Sursa: elaborat de autor

Tendinţele ce influienţeaza acţiunea acestor factori în Republica Moldova sunt expuse în cele ce urmează:

1. *Alfabetizare şi educare.* Potrivit unor date ale UNESCO, rata de alfabetizare a populaţiei peste 15 ani din Republica Moldova în anul 2000 a constituit 96,65%. În anul 2012 nivelul de şcolarizare a populaţiei cu vârsta de 25 ani şi peste, care au absolvit cel puţin liceul sau şcoala medie de cultură generală, şcoala de meserii sau şcoala profesională, a constituit 74,5%, iar a celor ce au absolvit colegiile - 54,9%.

Obiectivul suprem al activităților educaţionale este de a crea în mediul urban şi rural o societate mai informată și educată. Implicarea majoră a ziarelor şi revistelor în acest proces urmează a fi axată mai mult pe persoanele tinere decât pe cele în vârstă. Eşecul de a atrage cititorii tineri poate dezavantaja unele publicații în favoarea altor mijloace mass-media.

2. Obiceiuri de citire. Potrivit unui studiu realizat recent de BNS, intitulat „Utilizarea timpului în Republica Moldova", citirea ziarelor sau a altor publicaţii se practică de un număr relativ restrâns de cetăţeni. Astfel, după cum rezultă din materialele expuse în Tabelul 23, doar 5,9% din populaţia cercetată alocă zilnic timp pentru citirea periodicelor, dintre aceştia ponderea cea mai mare o deţin personale de vârsta 55-64 ani (12,2%) şi cele peste 65 ani (10,3%). De asemenea, un număr redus de respondenţi (5,8%) au indicat asupra cititului cărţilor. Mult mai reduşi sunt indicatorii respectivi raportaţi la cetăţenii mai tineri. Tendinţa de diminuare a timpului dedicat lecturii de către generaţia tânără este atât de evidentă, încât trezeşte semne de îngrijorare.

Tabelul 23

Rata de participare zilnică la diferite activităţi a populaţiei de 10 ani şi peste, pe grupe de vârstă, (%)

Activităţi zilnice	Grupe de vârstă							
	Total	**10-14 ani**	**15-24 ani**	**25-34 ani**	**35-44 ani**	**45-54 ani**	**55-64 ani**	**65 ani şi peste**
Citit periodice	**5,9**	2	3	2,5	4,1	7,8	12,2	10,3
Citit cărţi	**5,8**	19	6,8	3,5	4,4	4,2	4,7	4,7
Citit alte publicaţii	**0,7**	0,6	0,7	0,6	1	0,5	0,9	0,7
Privit TV, DVD, video	**81,5**	84,2	75,1	81	81,8	85	86	80,6
Ascultat radio sau înregistrări	**3,7**	3,1	5,4	2,2	3	2	2,8	7,8
Informarea prin intermediul calculatorului	**9,1**	14,1	23,9	11,9	4,7	2,9	1,7	0,5
Comunicarea prin calculator	**6,7**	8,8	16,1	8,6	4,0	3,2	3,0	0,2
Alt mod de utilizare a calculatorului	**5,5**	13,6	12,8	6,3	2,7	2,4	1,0	0,5

Sursa: Utilizarea timpului în Republica Moldova. Sinteză. BNS. Chişinău, 2013, p. 7

3. *Concurenţa din partea altor surse media.* Cu toate că Internetul a devenit unul dintre cei mai mari competitori ai publicaţiilor tradiţionale tipărite, vizionării TV în Republica Moldova îi revine cel mai mult din timpul pe care cetăţenii îl alocă zilnic utilizării mass-media. Spre exemplu, 81,5% din populaţie priveşte zilnic televizorul, 3,7 % ascultă radioul, 9,1% utilizează calculatorul în scopuri de informare, 6,7% comunică prin intermediul calculatorului şi 5,5% utilizează calculatorul pentru vizualizarea fotografiilor, culesul textelor şi în alte scopuri.

Durata diferitor activități zilnice a populației Republicii Moldova de informare și comunicare este reflectată în Tabelul 24. Utilizatorii cheltuie în medie 2,4 ore pe zi pentru vizionarea TV, DVD sau video, 1 oră – ascultarea radioului sau înregistrărilor audio, 0,8 ore pentru cititul periodicelor, 1,2 ore pentru lectura cărţilor şi în jur la 7 ore pe zi utilizării calculatorului (informare şi comunicare prin Internet, jocuri etc.).

Pentru comparare, în ţările din Europa, doar 6 % din populaţia cercetată utilizează între 3-5 ore pe săptămână Internetul, pe când 55% din populaţia

europeană utilizează Internetul aproximativ o oră, iar 81% din populaţie dedică o oră pe săptămână citirii ziarelor[23].

Tabelul 24

Durata participării zilnice la diferite activităţi, a populaţiei de 10 ani şi peste, pe grupe de vârstă, (ore/zi)

Activităţi zilnice	**Grupe de vârstă**							
Mass-media	**Total**	**10-14 ani**	**15-24 ani**	**25-34 ani**	**35-44 ani**	**45-54 ani**	**55-64 ani**	**65 ani şi peste**
Citit periodice	**0,8**	0,8	0,8	0,6	0,7	0,9	0,8	0,9
Citit cărţi	**1,2**	1	1,1	1,2	1,1	1,3	1,2	1,5
Citit alte publicaţii	**0,9**	0,8	1,2	0,6	0,8	1,7	0,7	0,7
Privit TV, DVD, video	**2,4**	2,1	2,1	2,2	2,2	2,5	2,6	3,2
Ascultat radio sau înregistrări	**1**	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7	1,1	1,6
Informarea prin intermediul calculatorului	**1,8**	1,9	2	1,6	1,5	1	1,1	1
Comunicarea prin intermediul calculatorului	**1,5**	1,6	1,6	1,5	1,4	1,3	1,1	
Alt mod de utilizare al calculatorului	**1,8**	1,8	2,2	1,4	1,3	1,6	1,6	0,9
Jocuri pe calculator	**1,9**	1,9	1,9	2,5	1,8			0,5

Sursa: Utilizarea timpului în Republica Moldova. Sinteză. BNS. Chişinău, 2013, p.10

Nivelul concurenţei pe piaţa producţiei tipografice se estimează în baza numărului de întreprinderi ce funcționează pe segmentul respectiv al pieței. Conform datelor BNS, în Republica Moldova, după cum rezultă din Tabelul 25 activează 593 de întreprinderi cu genul principal de activitate *edituri, poligrafie si reproducerea materialelor informative* (a. 2012), cu un număr de 3724 de angajaţi. Se atestă o tendinţă de diminuare a numărului lor în anul 2012, micşorându-se cu 7,5% faţă de anul cu cea mai mare valoare (a. 2009).

Mai mult de 80 %, sau 481 de întreprinderi cu genul principal de activitate *edituri, poligrafie etc.,* au de la 1 la 9 angajaţi (microîntreprinderi), ceea ce reprezintă 33,5% din numărul total al angajaţilor din sector, în timp ce 0,5% reprezintă întreprinderile mari la care activează 11% din numărul total de angajaţi ai sectorului.

[23] Publishing Market Watch Final Report. European Commission, p. 90

Tabelul 25

Numărul de întreprinderi cu genul principal de activitate edituri, poligrafie si reproducerea materialelor informative, (unit.)

Anii	Mari	Mijlocii	Mici	Micro	Total
2006	3	12	114	477	606
2007	3	9	120	498	630
2008	4	8	117	505	634
2009	2	10	98	531	641
2010	2	9	115	500	626
2011	4	9	107	480	600
2012	3	10	99	481	593

Sursa: Banca de date statistice BNS
http://statbank.statistica.md/pxweb/database/RO/24%20ANT/24%20ANT.asp

În anul 2012, cifra de afaceri a întreprinderilor cu genul principal de activitate *edituri, poligrafie şi reproducerea materialelor informative* era distribuită conform mărimii întreprinderilor, după cum urmează: 15,8% - în întreprinderile mari, 23,2% - în întreprinderile mijlocii, 45,8% - în întreprinderile mici şi 15,2% din vânzări revenea micro întreprinderilor (calculat în baza informaţiilor din Tabelul 26). Vom menţiona o uşoară extindere a cifrei de afaceri a întreprinderilor mijlocii (o creştere cu 22%) şi micro (o creştere cu 4%), şi o descreştere în anul 2012 faţă de anul 2011 a cifrei de afaceri a întreprinderilor mari (cu 27%). Per ansamblu, întreprinderile în cauză au înregistrat pe parcursul ultimilor ani o creştere întreruptă de criza economico-financiară mondială declanşată în anul 2008. În anul 2012 sa efectuat o diminuare a venitului din vânzări faţă de anul precedent cu 5%.

Tabelul 26

Venitul din vânzări al întreprinderilor cu genul principal de activitate edituri, poligrafie si reproducerea materialelor informative, (mln. lei)

Anii	Mari	Mijlocii	Mici	Micro	Total
2006	75,7	213,6	311,4	101,2	701,9
2007	85,8	193,9	397,7	122,4	799,8
2008	143	176,9	440,2	136,1	896,2
2009	72,1	187,2	349,6	126,7	735,6
2010	82,9	212	398,9	114,2	807,9
2011	180,9	157,6	412,4	121,1	872,2
2012	131,2	192,2	380	125,6	829

Sursa: Banca de date statistice BNS
http://statbank.statistica.md/pxweb/database/RO/24%20ANT/24%20ANT.asp

Potrivit informaţiei Camerei Naţionale a Cărţii, în Republica Moldova actualmente activează circa 340 de edituri. Dintre acestea, majoritatea,

(aproximativ 87%) au publicat în anul trecut doar până în 10 titluri de carte. Editurile mari constituie cca 5 la sută din numărul lor total. În anul 2013 fiecare au publicat peste 30 de titluri fiecare.

Totodată, instituţiile superioare de învăţământ, de asemenea, dispun de centre editorial-poligrafice, publicând practic cele mai multe titluri. În topul instituţiilor de învăţământ, se află centrele editoriale ale USM, cu 143 de titluri, într-un tiraj total de 15 700 exemplare în anul 2013, după care urmează UTM, cu 104 titluri şi un tiraj de 6300 exemplare, şi USMF, cu 88 de titluri cu tirajul de 13200 (150 exemplare per titlu). Informaţiile privind tirajele valorificate de editurile din Republica Moldova, în anul 2013, specificate pe cinci cele mai mari edituri, sunt expuse în Tabelul 27.

Tabelul 27

Topul editurilor cu cele mai mari tiraje (a. 2013)

Locul în top	Denumirea editurii	Tirajul, mln exemplare	Ponderea, %
1	IEP Ştiinţa	0,5387	17,7
2	Editura Cartier	0,4934	16,2
3	Editura Arc	0,1927	6,3
4	Editura Cartdidact	0,1276	4,2
5	Editura Epigraf	0,0977	3,2
	Alte edituri	1,59	52,4
	Total	**3,05**	**100**

Sursa: http://agora.md/analize/6/anul-editorial-2013-din-republica-moldova-in-cifre-si-date

Topul editurilor cu cele mai mari tiraje include: IEP „Ştiinţa” (cca 9300 exemplare per titlu), Editura Cartier (cca 8500 exemplare per titlu), Editura Arc (cca 2800 exemplare per titlu), Editura Cartdidact (cca 8000 exemplare per titlu), Editura Epigraf (cca 2700 exemplare per titlu).

Per ansamblu, numărul editurilor și tipografiilor, ponderea întreprinderilor mari, mici și mijlocii în volumul total al lucrărilor, permite de a constata, conform unor criterii preponderent formale o stare satisfăcătoare a concurenței pe piața publicațiilor tipărite.

Potrivit Camerei Naţionale a Cărţii, tirajul total al anului editorial 2013 este de 3,05 mln exemplare, dintre care aproape jumătate revine celor 5 edituri din top, cu 1,45 mln exemplare per total.

Din informaţiile prezentate în Tabelul 27 rezultă că în Republica Moldova se publică anual aproximativ câte un exemplar de carte pe cap de locuitor. Pentru

comparare, în Federaţia Rusă[24] anual se publică 541,7 mln exemplare de cărţi şi broşuri (a.2013), ceea ce constituie aproximativ 3,7 exemplare de carte pe cap de locuitor. Potrivit datelor Institutului Naţional de Statistică[25] din România, în anul 2010 au fost tipărite 13,889 mln exemplare de cărţi şi broşuri, ceea ce reprezintă mai puțin de un exemplar de carte pe cap de locuitor (0,6 exemplare).

Pentru perioada 2007-2012 indicatorii absoluţi şi dinamica editării de titluri de cărţi, broşuri, reviste ziare şi alte publicaţii în Republica Moldova este reflectată în informaţiile din tabelul 28 şi figurile ce urmează:

Tabelul 28

Editarea cărţilor, broşurilor, revistelor, altor publicaţii şi ziare (2007-2012)

Indicatori	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Numărul de cărţi şi broşuri (unităţi de tipar)	2760	2711	2246	2366	2470	2724
În % faţă de anul precedent	*96,8*	*98,2*	*82,8*	*105,3*	*104,4*	*110,3*
Numărul de reviste şi alte publicaţii periodice	267	276	255	245	227	232
În % faţă de anul precedent	*109,4*	*103,4*	*92,4*	*96,1*	*92,7*	*102,2*
Numărul de ziare (publicaţii)	219	242	237	207	184	166
În % faţă de anul precedent	*109,5*	*110,5*	*97,9*	*87,3*	*88,9*	*90,2*

Sursa: elaborat în baza datelor din Banca de date statistice BNS

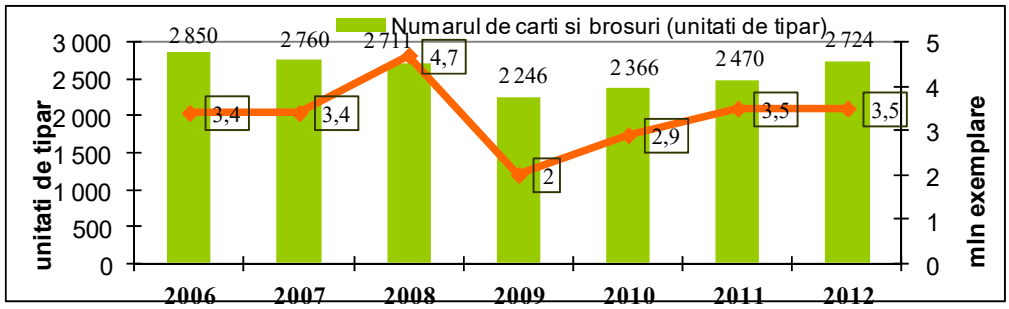
Numărul de titluri editate de cărţi şi broşuri în 2012 este într-o uşoară creştere faţă de anul 2011 (cu 10%), totodată diminuându-se faţă de anul 2006, an cu cele mai multe titluri (2850).

Tirajul de cărţi în ultimii ani, începând cu anul 2008, este în descreştere. Cel mai mare declin a fost înregistrat în anul 2009 - cu 57,4% faţă de anul 2008. Începând cu anul 2010 se înregistrează o uşoară creştere a tirajului de cărţi şi broşuri editate în Republica Moldova.

[24] Книжный рынок России. Москва 2014. Accesibil pe http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2014/bookmarket/main/custom/0/0/file.pdf
[25] Anuarul Statistic al României 2011. Institutul Naţional de Statistică. p.282

Figura 15

Dinamica editării cărţilor şi broşurilor în RM (a.2006-2012)



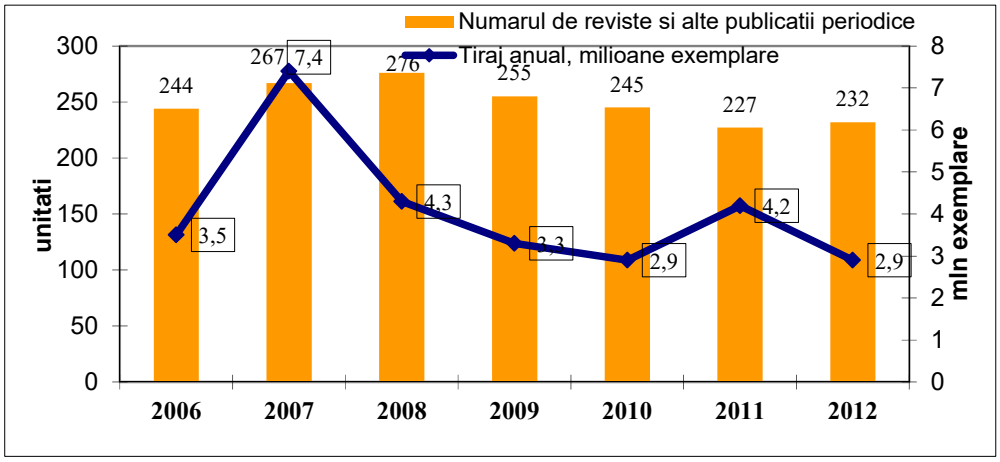
Sursa: elaborat de autor în baza datelor din Banca de date statistice BNS, disponibil: http://statbank.statistica.md/pxweb/database/RO/24%20ANT/24%20ANT.asp

Un instrument valoros al sporirii competitivităţii pe piaţa cărţilor sunt licitaţiile pentru realizarea comenzilor de stat, în primul rând a celor de editare a manualelor. Însă, conform opiniilor experţilor, acestea pentru Republica Moldova nu sunt suficient de transparente pentru a-şi atinge obiectivele .

Periodicele reprezintă un segment extrem de important al pieţei producţiei tipărite. Analiza succintă a evoluţiei lui denotă trendul descrescător înregistrat de tirajele revistelor şi altor publicaţii periodice. Acestea s-au redus de la 3500 mii exemplare în anul 2006 la 2900 mii în anul 2012 (cu 17%).

Figura 16

Dinamica editării revistelor şi altor publicaţii periodice în Republica Moldova în anii 2006-2012

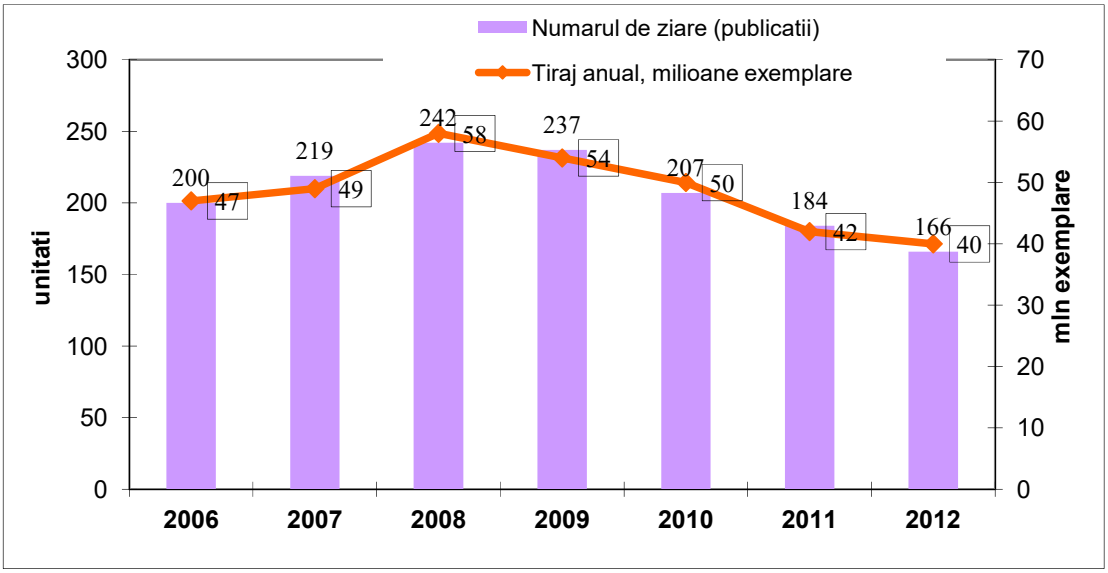


Sursa: elaborat de autor în baza datelor din Banca de date statistice BNS, disponibil: http://statbank.statistica.md/pxweb/database/RO/24%20ANT/24%20ANT.asp

Pentru perioada 2008-2012 numărul ziarelor editate în Republica Moldova se caracterizează printr-un trend uşor descrescător, atingând valoarea maximală de 242 ziare cu un tiraj de 58 mln exemplare în anul 2008. În anul 2012 se atestă un declin cu 31,4 la sută a numărului de unităţi de ziare faţă de 2008, anul cu cel mai mare număr de titluri (Figura 17).

Figura 17

Numărul de ziare editate şi tirajul cumulativ al acestora în Republica Moldova în anii 2006-2012



Sursa: elaborat de autor în baza datelor din Banca de date statistice BNS, disponibil: http://statbank.statistica.md/pxweb/database/RO/24%20ANT/24%20ANT.asp

Vânzările de carte sunt reflectate în statistica oficială la compartimentul „Comerţul cu amănuntul" printr-un indicator comun cu ziarele, revistele şi rechizitele de birou. Acestea sunt expuse în Tabelul 29, din care rezultă o ascendenţă a vânzărilor respective pe parcursul ultimilor ani cu o diminuare a ponderii lor în totalul vânzărilor cu amănuntul.

Tabelul 29

Dinamica vânzărilor cu amănuntul a cărţilor, ziarelor, revistelor şi rechizitelor de birou (2006-2012)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Vânzări de mărfuri cu amănuntul (mil lei)	13620,7	16866,6	21387,2	19960,6	25096,5	32132,7	33707,1
Vânzări cu amănuntul a cărţilor, ziarelor, revistelor şi rechizitelor de birou (mil lei)	177,6	236,13	256,64	279,65	276,6	289,19	303,36
Ponderea vânzărilor cărţilor, ziarelor etc. în vânzările totale cu amănuntul (%)	1,3	1,4	1,2	1,4	1,1	0,9	0,9

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova 2013, Chişinău: BNS, 2013, pp. 464,467

Referindu-ne la încasările din exportul de cărţi, ziare şi alte produse ale industriei poligrafice ale Republicii Moldova, remarcăm un trend neuniform al activităţii de export al acestora, influenţat de criza economică declanşată în 2008. Astfel, după cum rezultă din informaţiile expuse în Tabelul 30, în perioada 2006-

2008 se atestă o tendinţă de creştere a încasărilor din export, acestea atingând în anul 2008 valoarea maximală de 3045,7 mii dol SUA. Începând cu anul 2009, se înregistrează o scădere semnificativă a exportului de cărţi şi alte produse ale industriei poligrafice, încasările diminuându-se în anul 2010 de 2 ori faţă de anul 2008, cu o revigorare impresionantă în anii 2011-2012.

Tabelul 30

Exportul şi importul de cărţi, ziare, ilustrate imprimate şi alte produse ale industriei poligrafice din RM (mii USD)

Anii	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Export	2355,0	2521,4	3045,7	1953,4	1429,3	2898,4	2875,2
Import	11690,5	15009,9	19389,2	18253,7	16659,2	20322,4	19034,3
Balanța comerciala	-9335,5	-12488,5	-16343,5	-16300,3	-15229,9	-17424,0	-16159,1

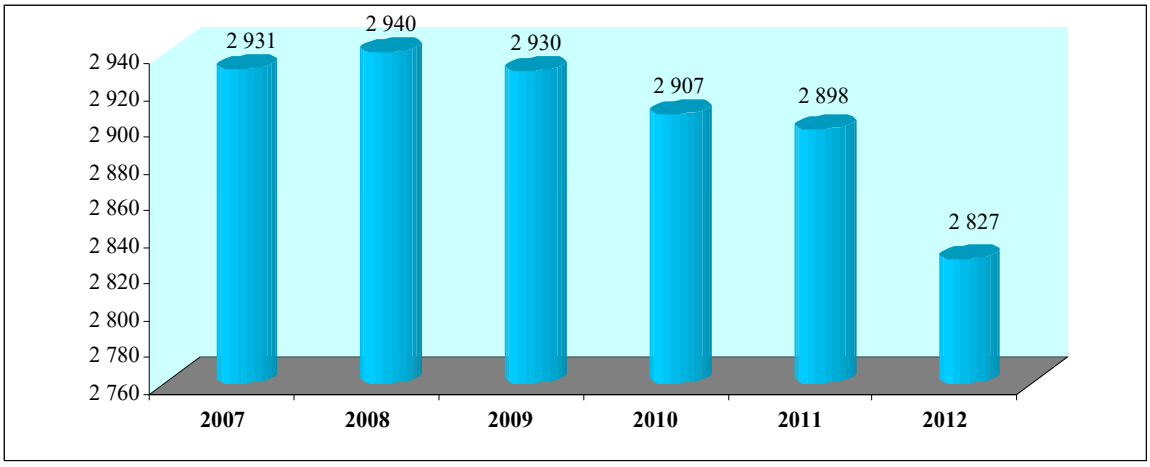
Sursa: Anuar statistic 2013, Ch.: Statistica 2013, pp. 434-443

Activitatea bibliotecilor din Republica Moldova. Conform informațiilor BNS, în Republica Moldova, în anul 2012, funcționau 2827 biblioteci, dintre care: biblioteci publice din sistemul Ministerului Culturii - 1374, biblioteci ale instituţiilor de învăţământ - 1406, biblioteci medicale - 22, biblioteci agricole - 7, biblioteci tehnice - 15, alte - 3.

Dintre bibliotecile publice, 11,7% (161 biblioteci) sunt din mediul urban şi, respectiv, 88,3% (1213 biblioteci) din mediul rural.

Figura 18

Numărul total de biblioteci (2007-2012)



Sursa: elaborat de autor în baza Anuarului statistic 2013, Ch.: Statistica 2013, p. 223

Începând cu anul 2009, se atestă o tendinţă constantă de micşorare a numărului de biblioteci, anul 2012 caracterizându-se cu cel mai redus număr al acestora - 2827 (în anul 2012 diminuarea a constituit 71 de biblioteci). Principalii indicatori ai funcţionării bibliotecilor publice sunt reflectaţi în Tabelul 31.

Tabelul 31

Indicatori privind activitatea bibliotecilor publice (2007-2012)

Indicatori	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Numărul cărţilor şi revistelor, în medie pe o bibliotecă, mii exemplare	12,4	12,4	12,3	12,3	11,8	12,3
Numărul cărţilor şi revistelor, în medie la 100 locuitori	481	480	479	477	475	475
Numărul cărţilor şi revistelor, în medie pe un cititor	19	20	20	20	20	20
Fond de carte, mln unit.	17,2	17,1	17,1	17	16,9	16,9
inclusiv în l. română, mii		7642,3	7637,4	7537,6	7165,3	7954,2

Sursa: datele din Banca de date statistice BNS
http://statbank.statistica.md/pxweb/database/RO/10%20CUL/CUL01/CUL01.asp

Bibliotecile din ţară deţineau în anul 2012 89,425 mln unităţi (cărţi şi reviste), cu o creştere nesemnificativă de 0,2% faţă de anul precedent. Dintre acestea, bibliotecile publice dispun de 16,9 mln exemplare de cărţi şi reviste (sau 19% din fondul de carte total al bibliotecilor).

Activitatea comercială a bibliotecilor publice ca subiecte ale relaţiilor de piaţă este limitată, urmare a insuficienţei resurselor financiare disponibile pentru achiziţionarea publicaţiilor. O mare parte a completării fondului de carte provine actualmente din sponsorizări.

Reţeaua de librării rurale care a funcţionat până la începutul anilor 90 ai sec. XX, ulterior a falimentat, urmare a veniturilor minuscule din comercializarea cărţilor. Unele din cele mai mari edituri şi-au creat reţele proprii de librării însă ele nu acoperă piaţa cărţii la nivel naţional, limitându-se doar la capitală şi oraşele mai mari.

Principalii indicatori ai pieţei publicaţiilor tipărite din Republica Moldova

Cele menţionate în cadrul prezentului compartiment permit identificarea următorilor indicatori ai pieţei publicaţiilor tipărite ce pot fi utilizaţi pentru monitorizarea ei:

1. Numărul de cărți și broșuri (unităţi de tipar) editate
2. Tirajul anual al cărților și broșurilor editate
3. Numărul de reviste și alte publicaţii periodice
4. Tirajul anual al revistelor editate

5. Numărul de ziare (publicaţii)

6. Tirajul anual al ziarelor editate

7. Numărul de întreprinderi cu genul principal de activitate *Edituri, poligrafie şi reproducerea materialelor informative*

8. Venituri din vânzări cu amănuntul a cărţilor, ziarelor, revistelor şi rechizitelor de birou

9. Importul cărţilor, ziarelor şi altor produse imprimate (conform nomenclatorului de mărfuri)

10. Exportul cărţilor, ziarelor şi altor produse imprimate (conform nomenclatorului de mărfuri)

11. Numărul total al bibliotecilor din Republica Moldova

12. Fondul de carte al bibliotecilor din Republica Moldova

13. Surse alocate din bugetul de stat bibliotecilor din Republica Moldova pentru achiziții de carte

3.2.3 Piața software a Republicii Moldova

Viziuni generale asupra dezvoltării Tehnologiilor Informaţionale şi ale Comunicaţiilor

Printre prioritățile generale a economiei țărilor dezvoltate, utilizării şi extinderii noilor tehnologii informaționale și a serviciilor de comunicații electronice, se acordă o atenție sporită, deoarece industria TI creează cea mai mare valoare adăugată și are perspective enorme de creștere (inclusiv a exportului). Astfel aceasta dispune de un potențial semnificativ în modernizarea economiei. Tehnologiile Informației și Comunicațiilor dețin un rol extrem de important în accelerarea dezvoltării social-economice atât la nivel mondial, cât și regional/național/local.

În Republica Moldova ritmurile creșterii pieței tehnologiilor informaționale în ultimii 10 ani s-au accelerat rapid, aceasta intrând în faza de maturitate, capacitatea ei crescând de zeci de ori.

Implementarea Tehnologiilor Informației și Comunicațiilor are un impact pozitiv asupra dezvoltării economice a societății în ansamblu, inclusiv asupra funcționării administrației publice centrale și locale. Efectul lor se manifestă în faptul că TIC:

- *constituie o forță motrice a dezvoltării economice* ce se asociază cu dezvoltarea inovațională și valorile societății cunoașterii.
- *modifică modalitățile activității administrării publice,* face activitatea organelor administrației de stat mai dinamică, mai flexibilă, mai interactivă;

- *oferă cetățenilor posibilitatea de a participa la pregătirea deciziilor politice și administrative*, de a avea acces la informația guvernamentală, permite de a soluționa problemele curente, de a-și proteja drepturile;
- *face structurile de stat să fie mai deschise, mai transparente și mai eficiente.* Contribuie la promovarea transparenței în activitatea administrației publice. Modifică structura organelor de administrare și modalitățile lor de funcționare;
- *extinde diapazonul informației, procesate de organele administrației publice*, sporește potențialul și decentralizarea sistemelor computerizate, îmbunătățește calitatea informației și a canalelor de informare;
- *crește semnificativ nivelul tehnologic al funcționării administrației publice:* se creează bănci de date unice; se computerizează perfectarea și înregistrarea documentelor; se tehnologizează activitatea administrativă, ceea ce permite de a unifica unele pârghii ale mecanismelor de reglementare;
- *deschide accesul la volumul imens de informații,* sporește posibilitatea de transmitere și recepționare rapidă a informației operative, îmbunătățește serviciile celor mai mari biblioteci, bazelor și băncilor de date;

Sectorul TIC este unul dintre cele mai dinamice sectoare economice din Republica Moldova și unul dintre puținele, ce nu este afectat de criză. Acest sector crește anual cu ritmuri sporite, fapt ce într-o perspectivă pot plasa Republica Moldova, conform opiniei unor autori, într-o poziție analogică cu cea parcursă de Singapore, Irlanda și alte țări[26].

Și autorii unui studiu efectuat de German Economic Team Moldova, consultant al Guvernului Republicii Moldova, consideră că țara noastră ar putea deveni un jucător TIC important din regiune.[27]

Republica Moldova penetrează cu insistență piața mondială a tehnologiilor informației și comunicațiilor. Astfel, în țară activează zeci de companii străine de outsourcing, integrate în sisteme internaționale de elaborare și distribuție a produselor software. Cele mai noi elaborări se implementează și pe piața internă în sectoarele de stat și privat, asigurând eficiență și operativitate în activitate.

În prezent Republica Moldova deja în poziții de egalitate concurează pe piața serviciilor TIC cu țările din regiune. Funcționarea sectorului TIC în Republica Moldova corespunde tendințelor de bază ale dezvoltării mondiale. Astfel, conform majorității indicatorilor de dezvoltare a sectorului TIC, Republica Moldova ocupă poziții avansate în clasamentele mondiale. Indicii Republicii

[26] *Фомин И. В Молдове может случиться IT-взрыв Экономическое обозрение №10 (842), 19 марта 2010г.*
[27] http://www.get-moldau.de/dowload/policypapers/2013/pp-04-2013-ro.pdf?PHPSESSID=86fbc94435ed5bf5191d1039a80b49a3

Moldova depășesc valorile medii ale țărilor CSI, iar conform Indicelui de dezvoltare a TIC și celui de dezvoltare *e-guvernare*, au depășit și valorile medii mondiale.

Conform clasamentului internaţional al Indicelui de dezvoltare a sectorului TIC, ţara noastră s-a plasat pe locul 65 din 157 state reuşind să-şi păstreze poziţia prin creşterea constantă a valorii indicelui de la 3,11 în a. 2007 la 4,74 puncte în a.2012 (Tabelul 32). Evoluţia ascendentă a accesului populaţiei la tehnologiile informaţiei şi comunicaţiilor a clasat Moldova pe poziţia 58, înregistrând astfel la acest capitol un salt de 27 poziţii[28].

Tabelul 32

Dinamica Indicelui dezvoltării TIC – IDI (ICT Development Index)

	2007 (*154 ţări*)		2008 (*159 ţări*)		2009 (*159 ţări*)		2010 (*152 ţări*)		2011 (*155 ţări*)		2012 (*157 ţări*)	
	IDI	rang	IDI	rang	IDI	rang	IDI	rang	IDI	rang	IDI	rang
Moldova	3,11	**73**	**3,37**	**73**	**3,57**	**64**	**4,47**	**57**	**4,55**	**62**	**4,74**	**65**
Ţara top în lume	7,50	1	7,85	1	8,40	1	8,45	1	8,56	1	8,57	1
Media mondială	3,40	-	3,58	-	3,62	-	4,08	-	4,15	-	4,35	-
Media CSI	3,05	-	3,18	-	3,18	-	3,85	-	4,43	-	4,95	-
Media Europei	5,97	-	5,99	-	5,8	-	6,42	-	6,49	-	6,73	-
România	4,11	48	4,73	44	5,20	48	4,89	50	5,13	52	5,35	55
Ucraina	3,56	58	3,87	58	4,34	62	4,20	65	4,40	67	4,64	68

Sursa: Raportul UIT„Measuring the Information Society 2012”

După nivelul de dezvoltare a managementului electronic în clasamentele internaționale (Indicele ONU E-GRI) Republica Moldova a progresat *de pe locul 80 în a. 2009 pe locul 69* în a. 2011 din 193 de țări incluse în clasament, depășind indicatorii medii mondiali (Tabelul 33).

Tabelul 33

Dinamica Indicelui de dezvoltare a e-Guvernării (E-GRI)

	2003 (*173 ţări*)		2004 (*178 ţări*)		2005 (*179 ţări*)		2008 (*183 ţări*)		2009 (*192 ţări*)		2011 (*193 ţări*)	
	eGRI	rang	eGRI	rang	eGRI	rang	eGRI	rang	eGRI	rang	eGRI	rang
Moldova	**0,363**	**95**	**0,3446**	**106**	**0,3459**	**109**	**0,4510**	**93**	**0,4611**	**80**	**0,5626**	**69**
Ţara top în lume	0,927	1	0,9132	1	0,9062	1	0,9157	1	0,8785	1	0,9283	1
Media mondială	0,4020	-	0,4127	-	0,4267	-	0,4514	-	0,4406	-	0,4882	-

[28] *Measuring the Information Society 2012 – ITU;* http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/

Media CSI	0,3806	-	0,3899	-	0,4334	-	0,4447	-	0,4489	-	0,5905	-
Media Europei	0,588	-	0,5866	-	0,55	-	0,649	-	0,6227	-	0,7188	-
România	0,483	50	0,5504	38	0,5704	44	0,5383	51	0,5479	47	0,6060	62
Ucraina	0,462	54	0,5326	45	0,5456	48	0,5728	41	0,5181	54	0,5653	68

Sursa: Raportul anual „UN Global E-Government Survey 2012"

Eforturile depuse de Republica Moldova în ultimii ani pentru impulsionarea dezvoltării infrastructurii sectorului TIC au contribuit la creşterea poziţionării ţării în clasamentele organismelor internaţionale (Uniunea Internaţională a Telecomunicaţiilor, Forumul Economic Mondial, Departamentul Afacerilor Economice şi Sociale al Naţiunilor Unite, Banca Mondială ş.a.).

- Potrivit studiilor NetIndex-2013 Republica Moldova este în continuare una dintre ţările cu cea mai înaltă viteză de acces la Internet. La capitolul viteza de upload, ţara noastră este situată în topul statelor cu nivel avansat de dezvoltare a serviciilor, poziţionându-se pe locul 14, cu viteza de 13,40 Mbps. Cât priveşte viteză de download, RM se plasează pe poziţia 19 din 180 ţări cu o medie de viteză de 21,96 Mbps, totodată fiind în fruntea clasamentului regional al statelor CSI[29].
- La capitolul cost pentru un Mbps, Moldova deţine locul 5, cu un preţ de 1,15 $ pentru 1 Mbps[30].
- În perioada 2008-2010 a scăzut considerabil costul serviciilor de telecomunicaţii, Republica Moldova plasându-se în top-ul primelor 10 ţări cu dinamică avansată de reducere a preţurilor la serviciile respective. Astfel, Moldova se plasează pe locul 8 din 142 ţări în ceea ce priveşte accesibilitatea serviciilor TIC[31].
- După impactul TIC asupra dezvoltării şi competitivității ţării, Moldova a înregistrat un salt de 24 poziţii în clasamentul mondial şi s-a plasat pe locul 65 din 144 de state[32].
- Valoarea indicelor agregaţi pentru Republica Moldova au o tendinţă de creştere pe mai multe domenii, ceea ce semnifică o avansare a ţării în domeniul TIC. Astfel, putem concluziona că clasamentele internaţionale poziţionează Moldova în categoria ţărilor cu nivel mediu de dezvoltare a sectorului TIC.

[29] http://www.netindex.com
[30] *Sursa: Household Download Index–OOKLA;* http://www.netindex.com
[31] *Sursa: Measuring the Information Society 2012 – ITU;* http://www.itu.int/ITUD/ict/publications/idi/
[32] *Sursa: The Global Competitiveness Report 2012-2013 WEF* http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness

Principalii indicatorii ai dezvoltării pieţei TIC şi software din Republica Moldova

În conformitate cu definiţia OECD, prin Sector al Tehnologiilor Informaţiei şi de Comunicaţii înţelegem un sector economic format convenţional din patru componente: tehnologia informaţiei (TI), comunicaţiile electronice (CE), producerea echipamentelor TIC şi comerţul cu echipamentele TIC. Industria tehnologiei informaţiei este vârful lanţului valoric, iar celelalte trei (comunicaţiile, producerea şi vânzarea echipamentelor) fiind industrii de suport pentru dezvoltarea TI.

Deoarece industria TI este cel mai intens implicată în crearea valorii adăugate, ea are, bineînţeles, şi cea mai mare perspectivă de creştere, contribuind de asemenea cel mai mult la transformarea şi eficientizarea dezvoltării economice şi sociale.

Sectorul TIC din Republica Moldova, după cum sa menţionat, este unul cu cea mai dinamică creștere, companiile moldovenești fiind din ce în ce mai competitive pe piața mondială. Dezvoltarea rapidă a sectorului se realizează atât *din contul elaborării și implementării de noi servicii, cât și a valorificării noilor soluții tehnice și tehnologice.*

Sectorul TIC include următoarele activităţi (în conformitate cu Clasificatorul Activităților Economice din Moldova)[33]**:**

1) Industria tehnologiei informaţiei:

- activităţi de realizare a soft-ului la comandă (software orientat spre necesităţile clientului);
- activităţi de consultanţă în tehnologia informaţiei;
- activităţi de management (gestiune şi exploatare eficientă) a mijloacelor de calcul;
- alte activităţi şi servicii privind tehnologia informaţiei;
- prelucrarea informaţiilor, administrarea paginilor web şi alte activităţi conexe;
- activităţi ale portalurilor web;
- activităţi de editare a jocurilor de calculator;
- activităţi de editare a altor produse software.

2) Industria comunicaţiilor electronice:

- activităţi de telecomunicaţii prin reţele cu cablu;
- activităţi de telecomunicaţii prin reţele fără cablu (exclusiv prin satelit);
- activităţi de telecomunicaţii prin satelit;
- alte activităţi de telecomunicaţii.

[33] http://www.statistica.md/pageview.php?1=ru&idc=385

3) Industria de producere a echipamentelor TIC:

- fabricarea calculatoarelor şi a echipamentelor periferice;
- fabricarea echipamentelor de comunicaţii;
- fabricarea de cabluri cu fibră optică;
- repararea echipamentelor de comunicaţii;

4) Comerţul cu echipamentele TIC:

- comerţ cu ridicata al calculatoarelor, echipamentelor periferice şi software-lui;
- comerţ cu amănuntul al calculatoarelor, unităţilor periferice şi software-lui în magazine specializate;
- comerţ cu ridicata de componente şi echipamente electronice şi de telecomunicaţii;
- comerţ cu amănuntul al echipamentului pentru telecomunicaţii în magazine specializate;
- activităţi de închiriere şi leasing cu maşini şi echipamente de birou (inclusiv calculatoare).

Examinarea funcționării TIC din punct de vedere al asigurării necesităților antrprenoriatului, societății și statului în domeniul tehnologiilor informaționale, confirmă o tendință durabilă pozitivă: businessul, instituţiile şi cetățenii au acces de înaltă calitate la Internet; pe piață este disponibil orice soft și o gamă largă de echipamente. În țară există o infrastructură TIC bine dezvoltată (rețele în bandă largă de mare viteză), care creează condiții favorabile nu doar pentru acordarea diferitor tipuri de servicii, ci și pentru dezvoltarea inovaţională , atât în sectorul de stat, cât și în cel privat. Aceste servicii includ:

- *servicii de comunicaţii*
- *servicii de prelucrare a datelor, inclusiv cu utilizarea tehnologiilor Cloud*
- *servicii de depozitare a informaţiei*
- *”e-guvernare”;*
- *rețele de transport computerizate;*
- *servicii de conservare a energiei;*
- *reducerea costurilor pentru îngrijirea sănătății;*
- *ecologizarea aplicării TIC;*
- *educație interactivă;*

Analiza evoluției dezvoltării sectorului TIC în Republica Moldova denotă existența unor evidente tendințe pozitive în toate ramurile sectorului TIC. Un potențial înalt există în dezvoltarea infrastructurii, comunicațiilor electronice etc. Tendințele pozitive în dezvoltarea sectorului TIC se manifestă în următoarele:

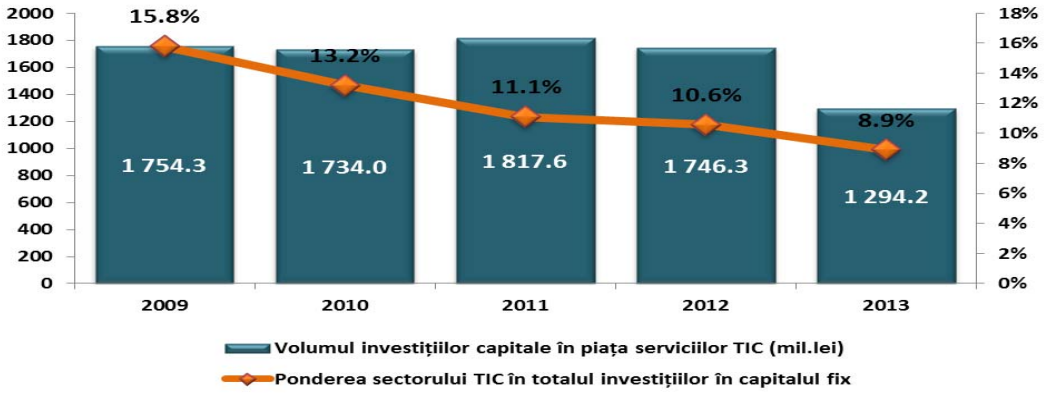
- Digitizarea rețelelor de telefonie fixă în RM a ajuns actualmente la nivelul de 94,5%.
- 98, 3% din localitățile Republicii Moldova dispun de rețele de telefonie fixă, inclusiv CDMA.
- 99% din teritoriul țării (97,3% din localități) are acces larețele de telefonie mobilă 2G.
- 99,1% din localități dispun de rețele de telefonie mobilă 3G.
- Ponderea investițiilor în TIC constituie 11,1% din volumul total de investiții în economia țării.
- Volumul exportului de servicii TIC a crescut mai mult de 3 ori în ultimii 7 ani: de la 63 milioane USD în a. 2005 până la 182, 8 milioane USD în a. 2011, având o contribuție decisivă în creșterea competitivității sectorului.
- Companiile din sectorul TIC asigură peste 5% din contribuțiile la Bugetul asigurărilor sociale și de sănătate.
- 58% din gospodăriile casnice dispun de cel puțin un calculator.
- 53% din gospodăriile casnice dispun de calculator conectat la Internet, dintre ele 73,7% utilizează Internetul în bandă largă fixă[34].

În perioada 2007-2013, valorile indicatorilor de dezvoltare TIC au cunoscut o îmbunătăţire considerabilă, fapt ce demonstrează că Moldova are un potenţial suficient pentru dezvoltarea în continuare axată pe principiile societăţii informaţionale.

Investițiile în sectorul TIC constituie în medie 11,1% din totalul de investiții în economia țării, fiind într-o descreștere comparativ cu anii precedenți. Evoluția volumului total de investiții în dezvoltarea sectorului comunicațiilor electronice este prezentată în Figura 19.

Figura 19

Volumul investiţiilor capitale în piaţa serviciilor TIC în anii 2009- 2014



Sursa: Biroul naţional de statistică şi ANRCETI conform datelor raportate de către operatori, 2014

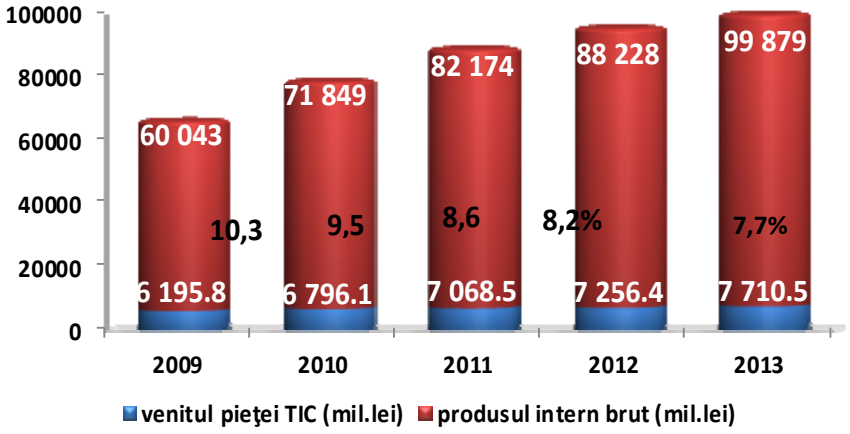
[34] *Sursa : Datele Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor pentru a. 2012*

Un important indicator al dezvoltării sectorului TIC este ponderea lui în crearea Produsului Intern Brut.

Cota contribuţiei domeniului TIC în Produsul Intern Brut al ţării în a. 2013 a constituit 7,7%, cu o valoare de piaţă de cca 7,7 miliarde lei anual (Figura 20). În sector sunt angajate circa 16 mii persoane, ponderea salariaților cu studii superioare este cea mai înaltă, comparativ cu alte domenii din sectorul real al economiei naționale.

Figura 20.

Ponderea sectorului TIC în volumul PIB în dinamică *(mld. lei, %)*

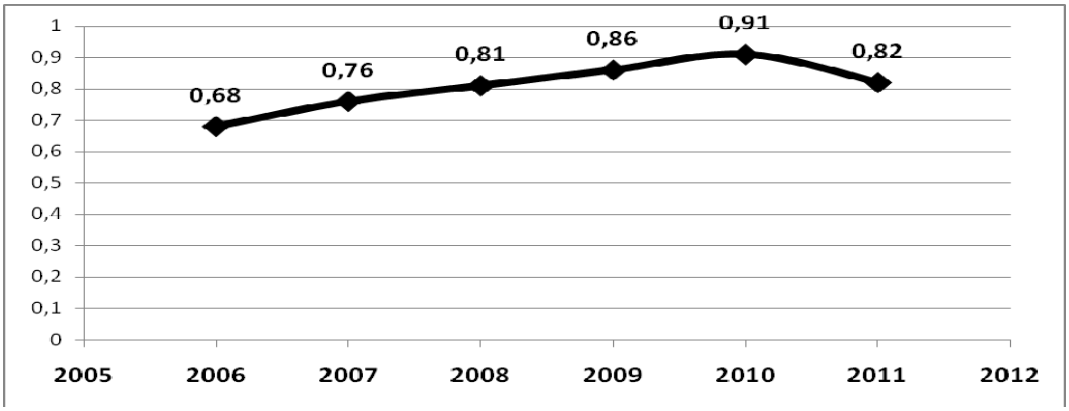


Sursa: *Banca Națională a Moldovei şi ANRCETI, conform datelor raportate de către operatori, 2014*

Ponderea industriei software pe parcursul ultimilor ani s-a aflat într-o continuă creștere cu excepția anului 2011 (Figura 21).

Figura 21

Ponderea serviciilor software în PIB (%)



Sursa: Raportul ATIC: Sectorul TIC în Moldova, Cartea albă a politicilor,
Disponibil pe:http://www.ict.md/files/White%20Book%202012%20Romanian%20Version%20FIN.pdf

Potențialul creșterii pieței software rezultă din dinamica numărului de computere deținute de persoanele fizice și juridice. În cazul persoanelor juridice acesta este reflectat în Tabelul 34.

Tabelul 34

Numărul de computere personale ale persoanelor juridice pe tipuri de activități economice (la sfârșitul anului, unități)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total:	**71159**	**85102**	**103185**	**116761**	**124822**	**138567**	**161095**	**171900**
Agricultura, vânat, silvicultura, pescuit	702	791	970	1015	1101	1403	1675	1889
Industrie	10332	11179	12665	13298	13691	14169	15909	17507
Construcții	594	845	1044	1173	1373	1556	2355	2528
Comerț și reparații	4868	6926	8583	10266	11029	12571	16942	18780
Servicii hoteliere și restaurante	339	369	406	395	424	526	978	980
Transporturi și comunicații	6150	6991	8363	9419	10665	11371	12272	13044
Activități financiare	7378	7916	8851	10063	9360	10752	12522	12511
Tranzacții imobiliare, închirieri	6580	8396	9438	10421	11793	12928	18054	19857
Administrare publică	17803	17962	21379	24765	25408	28377	31559	33899
Învățământ	13073	18403	25413	28917	31328	33832	35679	36254
Sănătate și asistența socială	1717	2689	3162	3966	5110	6582	8157	9238
Alte activități	1623	2635	2911	3063	3540	4500	4993	5413

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova 2013, Chișinău:Statistica, 2013, p.405

Informația din tabelul 34 urmează a fi raportată la cheltuielile întreprinderilor și instituțiilor pentru procurarea tehnologiilor informaționale, în mod special a software, expuse în Tabelul 35.

Tabelul 35

Cheltuielile persoanelor juridice pentru procurarea tehnologiilor informaționale (mii lei)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total cheltuieli, inclusiv:	407591	608026	715655	832882,6	980483	**858633**	**825585**	**957269**
Procurarea echipamentului de calcul	267421	281144	348244	387799,2	447235	327649	285847	379025
Procurarea software	76856	164452	158519	195651,2	255821	262896	199975	245044
Proiectări și elaborări a sistemelor informative	3671	12782	28542	51665,0	57638	53045	67309	48681
Alte cheltuieli	59643	149648	170350	197767,2	219790	215043	276454	284519

Sursa:Anuarul statistic al Republicii Moldova 2005-2012, Chișinău: Statistica 2005-2012, Compartimentul Tehnologii Informaționale

Analiza informațiilor expuse în tabelele 34 și 35 demonstrează o ascensiune stabilă pe parcursul ultimilor ani a parcului corporativ de computere și una mai puțin evidentă, întreruptă în unii ani a costurilor tehnologiilor informaționale. Raportarea cheltuielilor corporative pentru software la numărul de computere

denotă costurile software ce revin fiecărui computer din dotarea întreprinderilor, care conform calculelor în 2012 a constituit 1443 lei (24844300/171900).

Indicatorul menționat în ultimii ani a evoluat după cum urmează din informațiile expuse în Tabelul 36.

Tabelul 36

Evoluția cheltuielilor ce revin procurării software pentru un computer din dotarea persoanelor juridice din Republica Moldova în anii 2005-2013

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Cheltuieli pentru achiziționarea software (mii lei)	76856	164452	158519		255821	262896	199975	248044
Numărul computerelor în dotarea persoanelor juridice (bucăți)	71159	85102	103185	116761	124822	138567	161095	171900
Costul mediu al software ce revin unui calculator, (lei)	1080	1932	1536		2049	1897	1241	1443

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova 2005-2012, Chișinău: Statistica 2005-2012, Compartimentul Tehnologii Informaționale

Aceste informații oficiale ale BNS a Moldovei ce reflectă dinamica costurilor din dotarea persoanelor juridice subminează veridicitatea afirmaţiei conform căreia Republica Moldova este cel mai mare pirat IT din lume[35].

Extrem de important pentru reflectarea rolului sectorului TIC în dezvoltarea economică în condițiile tranziției la societatea informațională este ponderea lui în operațiunile de export-import. În această ordine de idei vom menționa că exportul serviciilor în domeniul TIC în ultimii 8 ani a crescut mai mult de 3 ori, de la **63.010.000 USD în a. 2005 până la 200.330.000 USD în a. 2013.**

De menționat că TIC este unul din puținele sectoare ale economiei naționale cu o evidentă și durabilă balanță comercială pozitivă. De asemenea vom accentua asupra unei tendințe extrem de importante, și anume: ritmurile creșterii exporturilor pe parcursul anilor 2007-2013 le depășesc pe cele ale importurilor. Informațiile privind evoluția operațiunilor de export-import a produselor TIC sunt reflectate în Tabelul 37, iar trendul ei, în Figura 22.

Tabelul 37

Dinamica comerţului exterior cu servicii TIC al RM

Indicator	**Unitatea de măsură**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**
Total Export	mil. USD	2001,75	2489,81	2000,03	2290,75	3158,53	3164,38	3498,86
Export servicii TIC	**mil. USD**	**99,94**	**140,83**	**134,96**	**159,47**	**182,8**	**195,88**	**200,33**

[35] *http://www.allmoldova.com/ro/article/moldova-cel-mai-mare-pilot-it-din-lume/*

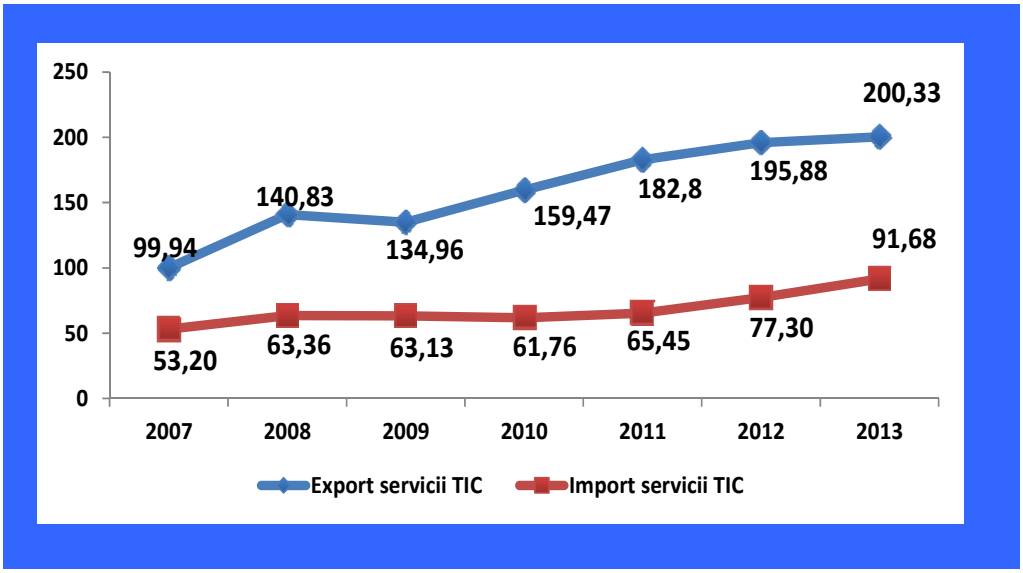
inclusiv,								
Servicii de comunicaţii	mil. USD	85,67	114,56	105,21	126,05	134,96	140,04	137,81
Servicii de informatică şi informaţionale	mil. USD	14,27	26,27	29,75	33,42	47,84	55,84	62,52
% sectorul TIC	%	4,99	5,65	6,74	6,96	5,78	6,19	5,73
Total Import	mil. USD	4321,54	5706,21	3988,6	4573,78	6030,56	6109,44	6479,99
Import servicii TIC *inclusiv,*	**mil. USD**	**53,2**	**63,36**	**63,13**	**61,76**	**65,45**	**77,3**	**91,68**
Servicii de comunicaţii	mil. USD	37,55	47,37	39,15	38,13	42,46	40,16	51,61
Servicii de informatică şi informaţionale	mil. USD	15,65	15,99	23,98	23,63	22,99	37,14	40,07
% sectorul TIC	%	1,23	1,11	1,58	1,35	1,08	1,26	1,41

Sursa : Banca Naţională a Moldovei, https:/www.bnm.md/md/balance-of-payments

Conform calculelor efectuate de German Economic Team Moldova în baza datelor Băncii Mondiale în ultimii ani sectorul TIC din Moldova contribuie mai mult la totalul exportului decât industria TIC din alte țări[36]. Desigur această contribuţie avansată este parţial ştirbită de valorile modeste ale exportului și PIB-ului nominal al Republicii Moldova.

Figura 22

Comerţul exterior cu servicii TIC (mil. USD)



Sursa : Banca Naţională a Moldovei, https:/www.bnm.md/md/balance-of-payments

Pe fundalul creșterii continue și semnificative a sectorului software și a pieței respective vom menționa că, în opinia experților, o mare parte a exportului de produse program (până la 1/3 din volumul oficial), datorită transferului on-line, nu este reflectat în balanța de plăți, achitările efectuându-se, în aceste cazuri,

[36] A se vedea trimiterea 30 de la pagina 75

deseori pe căi mai puţin legale, făcând, astfel, dificilă evaluarea reală a tranzacțiilor și a sumelor obținute de la exportul serviciilor IT.

Conform altor surse selectate de pe sit-ul UNCTAD exportul serviciilor informatice și informaționale a evoluat în ultimii 10 ani după cum urmează din datele expuse în Tabelul 38.

Tabelul 38

Exportul serviciilor informatice și informaţionale (mil USD)

Anii	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Servicii de informatică şi informaţionale	***1***	***3***	***4***	***8***	***14***	***26***	***30***	***33***	***48***	***56***
servicii de informatică	1	1	1	3	8	20	22	22	35	42
servicii informaţionale	0	2	3	5	6	6	8	11	13	14

Sursa: UNCTAD, http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx

În ciuda discordanței menționate putem constata că ambele surse de informații confirmă un trend destul de dinamic pe parcursul ultimilor ani, păstrarea căruia poate modifica rapid structura economiei naționale cu plasarea sectorului TIC pe primele poziții.

În prezent statul susține dezvoltarea sectorului Software al Republicii Moldova prin facilități fiscale și transferarea parţială a comenzilor către companiile private. În anul 2005 angajații companiilor software au fost eliberați de impozitul pe venit și contribuția la fondul social. În industria de software 90-95% din cheltuieli sunt utilizate pentru achitarea salariilor. Facilitățile fiscale menţionate sunt acordate pentru o perioadă de 5 ani de la data depunerii cererii.

Principalii indicatori ai pieței software din Republica Moldova

1. Procurări de produse program de către persoanele juridice
2. Exportul serviciilor informatice și informaționale
3. Importul serviciilor informatice și informaționale
4. Numărul de întreprinderi ce activează în sectorul TIC
5. Ponderea serviciilor de informatică și informaționale în PIB
6. Cheltuielile pentru procurarea software ce revine unui computer din dotarea persoanelor juridice
7. Numărul de computere din dotarea persoanelor juridice
8. Ponderea sectorului TIC (inclusiv software) în PIB

3.3. ALTE SEGMENTE ALE PIEȚEI OPI

În afară de segmentele expuse ale pieței PI realitatea denotă și prezența altora, nu mai puțin importante, parametri cantitativi ai cărora pe piața Republicii Moldova practic nu sunt cunoscuți, dar care dispun de un potențial enorm de extindere și merită o cercetare specială. Printre acestea vom nominaliza pieţele know-how, rezultatelor cercetărilor științifice, operelor de artă plastică, jocurilor electronice, piața bazelor de date, piața traducerilor, de consultanță etc. Informațiile statistice privind funcționarea acestor segmente ale pieței în Republica Moldova lipsesc. Ele pot constitui doar obiectul unor studii de marketing efectuate la comanda unor companii private, care de obicei, prezintă obiectul unor secrete comerciale.

În cadrul prezentului studiu din totalitatea segmentelor menționate ale pieței OPI în cele ce urmează ne vom referi doar la segmentul ce ține de ***piaţa operelor de artă, în special artă plastică.***

O tendință generală a evoluției acestui segment al pieței în aspect internațional este creșterea continuă a comerțului mondial cu opere de artă și antichități, investiții de miliarde în opere și monumente de artă și istorie. Oferta pe piața mondială a operelor de artă prezintă lucrările a sute de mii de persoane, comercializarea lor intensificând și îmbunătățind relațiile reciproce interstatale și cooperarea economică internațională în domeniul culturii.

Pentru RM piața operelor de artă este un fenomen relativ nou, care a început să funcționare în mod adecvat la începutul anilor 2000, ceea ce distinge semnificativ piața operelor de artă autohtonă de piața respectivă din țările cu tradiții seculare în comercializarea operelor de artă.

Această piață, care se află doar la stadiul de constituire, este foarte departe de standardele occidentale. Piața operelor de artă din RM este slab dezvoltată, urmare a cărui fapt este lipsa unor modalități adecvate și clare de promovare a artiștilor/pictorilor și a lucrărilor lor.

Principalul motiv al fragilității pieței operelor de artă plastică din Republica Moldova constă, *în primul rând în* lipsa unor tradiții îndelungate de investire în colecții de artă de către persoanele înstărite. *În al doilea rând,* vom menționa susținerea insuficientă din partea statului, care anterior cumpăra lucrările pictorilor autohtoni, iar în prezent aplică această practică în volum extrem de limitat.

În pofida faptului, că operele de artă autohtone sunt comercializate de unii artiști în străinătate, în ansamblu, acestea nu au un public internațional stabil și nu intră în cercul de interes al artinvestitorilor străini. Lumea occidentală, până când, nu cunoaște arta moldovenească modernă, deoarece nu există o comunicare permanentă din partea artiștilor din RM (necunoașterea limbilor străine, lipsa

managementului și a marketingului artei plastice etc.). În prezent RM nu prezintă interes stabil pentru colecționarii occidentali, prin urmare artiștii autohtoni își comercializează operele preponderent pe piața internă.

În aceste condiții piața operelor de artă din RM poate fi considerată ca fiind un *fenomen cultural-economic semifuncțional,* care îndeplinește următoarele funcții: de informare, de mediere, de stabilire a prețurilor, de încurajare a artiștilor plastici, funcțiile artistică și estetică.

Piața operelor de artă din RM în procesul de constituire a parcurs o cale îndelungată parțial întreruptă în perioada sovietică.

În cadrul tranziției la economia de piață se înregistrează o tendință de extindere a pieței autohtone a operelor de artă. Din a.2003 începe să funcționeze Bienala de Artă din RM cu participare internațională, se creează clustere creative, se deschid galerii.

Experiența mondială de funcționare a pieței operelor de artă prevede o astfel de formă de activitate, în care galeriile încheie contracte cu pictorii, le acordă burse de creație, le garantează vânzarea lucrărilor. Sarcinile galeriilor includ editarea cataloagelor, organizarea expozițiilor, plasarea lucrărilor artiștilor plastici pe forumuri, după care acestea ajung la licitații.

În RM o astfel de experiență până când lipsește. Cumpărătorul trebuie independent să caute atelierul artistului și să se adreseze nemijlocit autorului, opera căruia dorește să o achiziționeze. În galeriile autohtone cumpărătorii pot alege lucrarea doar din totalitatea celor prezentate nefiind informați despre creația integrală a artistului.

Totodată puține galerii acceptă semnarea unor contracte cu artiștii plastici, în mod special cu artiștii începători. Contractul încheiat nu întotdeauna este respectat de către părți. În RM nu sunt dezvoltate relațiile de piață dintre artiștii plastici și galerii, lipsește cadrul legislativ corespunzător și pârghiile care influențează executarea contractelor. Prin urmare acordurile verbale sunt practicate mai frecvent comparativ cu cele legale. Cumpărătorii nu beneficiază de serviciile dealerilor în artă, care practic lipsesc, ci cumpără, de obicei, picturile direct de la artiști.

Subiecții instituționalizați ai pieței operelor de artă în RM întrunesc:

1. Muzeele de stat, care efectuează expertizarea operelor de artă, formează ”gusturile” artistice ale consumatorilor, oferă artiștilor plastici spații expoziționale, pentru relațiile cu publicul;
2. Galeriile de artă;
3. Spațiile expoziționale ale Uniunii Artiștilor Plastici, instituțiilor de învățământ, bibliotecilor, școlilor de artă pentru copii;

4. Bienalele de artă, expozițiile cu vânzare stradale ale artiștilor plastici profesioniști și amatori și maeștrilor în artă decorativă și aplicată.

Lista muzeelor și principalelor galerii de artă plastică din Chișinău (a.2014)

	Denumirea	Caracteristica succintă	Locul amplasării, informație de contact
1.	Muzeul Național de Arte Plastice din Moldova	Colecția Muzeului dispune de cca 33000 de piese, ce reprezentată arta Moldovei și altor țări (sculptură, desen, pictură, arte și meserii). Cuprinde perioada: Evul Mediu - epoca modernă.	**www.mnam.md** Chișinău, str. 31 August Tel.: (373) 24 17 30, 24 13 12
2.	Galeria ”Constantin Brâncuși”	Galerie, Centrul Expozițional al Uniunii Artiștilor Plastici din Moldova	**www.brinkush.7days.md** Chișinău, Ștefan cel Mare, 3 Tel.: 022 54-15-96, info@brincusi.md
3.	Galeria de artă "Alexander".	Galerie (privată), spațiu expozițional Se expun lucrări în sculptură, desen, pictură, acuarelă, bronz	Chișinău, str. Bănulescu Bodoni, 41, of.1, Tel.: 022 21-39-04, 0 691-8-33-87 obada@nm.ru
4.	Galeria L	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional, magazin articole de artă și suvenire	Chișinău, str. București, 64, Tel.: 022-22-19-75, info@gallery_l.md
5.	Lafaet	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional. Este lider în acordarea serviciilor profesionale în domeniul artei	**www.lafaet.md**, Chișinău, str. Mitropolit Varlaam, 75 Tel.: 022 22-78-25, 022 22-02-07
6.	Salonul de artă "MolDeco"	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional	**www.moldeco.md** Chișinău, str. Moscovei, 14/1 Tel.: 022 31-12-81, 0 692 0-11-26
7.	Galeria de Artă "ARTIUM"	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional în CC Shopping Malldova	Chișinău, str. Arborilor, 21 Tel.: 022 60-32-55, info@artium.md
8.	Galeria ”Mudrea”	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional	**www.mudrea.com** Chișinău, str. Columna, 106, of. 26, Tel.: 022 21-34-86, 0 796 5-52-43
9.	Galeria Artgroup D	Galerie virtuală (privată)	**www.artgroup.md**
10.	Galeria Sgallery	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional	**www.sgallery.net** *Chișinău, str. Mircea cel Bătrân, 27/1, ap. 48 Tel.:02248-27-05, info@sgallery.net*
11.	AD ART GALLERY	Galerie de artă (privată), spațiu expozițional (creația lui Alexandr Djemelinschii)	**www.adart.by.ru** Chișinău, str. Primăriei, 7 Tel.: 022 59-38-73, 0 794 6-96-27 info@adart.md

Punctele forte ale pieței autohtone a operelor de artă plastică:

- existența unui număr semnificativ de artiști plastici buni, educați în școli clasice de pictură;
- prezența unui sistem de învățământ constituit în trei nivele și pe domenii;
- expunerea unui diapazon larg de autori în galerii;

Principalele dificultăți (puncte slabe) ale pieței operelor de artă din Republica Moldova se reduc la următoarele:

- incertitudinea juridică a funcționării instituției de expertizare;

- cererea insuficientă pe piața operelor de artă, susținerea slabă a spațiilor expoziționale private din partea statului;
- manifestările de provincialism și izolare a pieței autohtone de tendințele pieței mondiale. Agențiile occidentale de clasament nu includ în topul celor mai buni 500 de artiști ai contemporanității nici un artist plastic din RM;
- comunitatea artistică a RM nu este adaptată pentru a activa în condițiile pieței și cele ale societății informaționale;
- necunoașterea specificului și tendințelor moderne ale marketingului pieței operelor de artă;
- lipsa colecționarilor fără care piața operelor de artă practic nu poate exista. Spre exemplu, în Marea Britanie sunt peste 10 mii de colecționari, din ei 3,5 mii – persoane, care anual cumpără lucrările a cel puțin 50 de artiști plastici. În plus, există instituții, care cu donațiile private și mijloacele de stat cumpără activ operele de artă. Pentru comparație, în RM există doar 10 colecționari, care achiziționează opere de artă la prețuri minim acceptabile. Colecționarii locali de obicei nu afișează hobby-ul sau comunicând cu artiștii în mod direct;
- caracterul tenebru al colecționarilor locali datorează specificului veniturilor, întreruperii tradiției de colecționare și lipsei (imperfecțiunii) legislației în domeniu;
- lipsa sau insuficiența experților și managerilor profesioniști în artă, specialiștilor mas-media de profil, publiciștilor specializați, dealerilor în artă, criticilor, capabili să contribuie la formarea în societate a unei atitudini adecvate față de arta contemporană. Ca urmare, în promovarea artelor plastice sunt antrenați doar artiștii înșiși sau persoane aleatorii. Acestea favorizează extinderea pieței tenebre și încurajează promovarea pe piața operelor de artă a unui nivel artistic scăzut. Criticii de artă, încă nu sunt capabili să orienteze gusturile artistice ale consumătorilor spre modernismul și avangardismul autohton.
- lipsa unui sistem complex de promovare a operelor de artă autohtone pe piața mondială;
- lipsa propriilor mecanisme de evaluare a operelor de artă;
- dominarea caracterului ”de birou” al colecțiilor: amplasarea colecțiilor de opere de artă în spațiile administrative ale băncilor, firmelor private;
- lipsa unor filiale moldovenești în casele de licitați Christie și Sotheby, cu participarea oamenilor în artă și tinerilor artiști plastici în scopul antrenării acestora în activitățile de comercializare a operelor de artă;

- neparticiparea artiștilor plastici din RM în publicațiile artistice occidentale (inclusiv în revistele specializate on-line);
- lipsa iarmaroacelor permanente și a cataloagelor de vânzări ca atribut indispensabil al pieței tradiționale a operelor de artă.

Prima licitație profesională de artă plastică organizată acum doi ani la Chișinău de casa de licitații românească ARTMARK a constituit o încercare de testare a potențialului pieței de arta autohtone.

Achiziționarea unor lucrări a marilor pictori români Grigorescu N., Tonitza N., Ciucurencu A., la valorile de 195 mii euro, 110 mii euro și respectiv 60 mii euro a confirmat interesul față de vechii maeștri, fără a specifica originea cumpărătorilor, fiind astfel o tentativă de încorporare a pieței de arta plastică din Moldova în piața internațională.

Lucrările pictorilor moldoveni au fost vândute la prețuri mai modeste: M.Grecu (4000 euro), V.Șchiau (2400 euro), L. Grigorasenco (2000 euro).

Paradoxul evident al licitației s-a manifestat în dezinteresul publicului față de opera celebrei artiste plastice Valentina Russu-Ciobanu, piesele căreia practic n-au fost solicitate[37].

Referitor la *piaţa know-how* vom menţiona următoarele. Noţiunea de know-how, care contravenea în mod categoric conceptului doctrinar și realităților socialiste, era completamente străină mediului economic din spaţiul respectiv. Prin urmare know-how-ul a rămas şi până în prezent, puţin valorificat. Acest fapt, în opinia noastră, se datorează atât inerţiei mentalităţii, cât şi caracterului specific al protecţiei know-how ce se efectuează prin asigurarea confidenţialităţii tehnologiilor, produselor şi informaţiilor noi. Specificul menţionat contribuie la faptul că tranzacţiile privind comercializarea obiectelor respective se confruntă cu anumite dificultăţi ce ţin, în primul rând, de capacităţile de asigurare a confidenţialităţii. Comercializarea separată a secretelor comerciale în spațiul din care facem parte se aplică foarte rar. De regulă, know-how se comercializează în cadrul invenţiilor, fiind aferente acestora şi garantând deseori acoperirea costurilor contractelor de licenţă şi cesiune a brevetelor de invenţie.

O altă componentă a pieței inovațiilor este *piața elaborărilor științifice*. Aceasta este extrem de vulnerabilă urmare a lipsei protecției juridice a rezultatelor investigațiilor științifice în cazul în care acestea nu sunt brevetate.

O formă specifică și destul de răspândită a comercializării rezultatelor științifice este executarea lor în bază contractuală. Oportunitatea efectuării cercetării în bază de contract este determinată de incertitudinea cererii și a

[37] http://ochiul de veghe.over-blog.com/article-pia-a-deart-din-rm-bilan-de-început-1068

rezultatelor ce urmează a fi obținute, bineînțeles și a costurilor enorme ale activității științifice.

Unele informații privind activitatea de comercializare a rezultatelor cercetărilor științifice pot fi obținute din rapoartele Consiliului Suprem pentru Știință și Dezvoltare Tehnologică. Acestea reflectă doar în modul cel mai general procesul de comercializare a rezultatelor activității de cercetare.

Alte segmente de perspectivă ale pieței aferente domeniului proprietății intelectuale țin de piața bazelor de date, cea cinematografică, piața artei populare decorative, piața serviciilor de consulting (informațional, juridic și de altă natură) etc. Astfel, experții evaluează piața serviciilor de consultanță juridică din Republica Moldova la 30 mil. USD[38].

Indicatorii eventuali ai pieței operelor de artă plastică

Întru identificarea tendinţelor pieţei operelor de artă plastică pot fi utilizaţi doar unii indicatori indirecţi ce reflectă cele mai generale informaţii ce influenţează funcţionarea segmentului respectiv al pieţei. Unii din aceştia pot fi următorii:

1. Numărul muzeelor și galeriilor de artă plastică din țară
2. Sursele utilizate de muzee pentru achiziționarea operelor de artă plastică și altor creații artistice
3. Exportul obiectelor de artă, colecție sau de antichitate

[38] http://www.jurnal.md/ro/news/piața-de-consultantă-juridică-din-rm-estimată-la-30-mil

3.4. PIAȚA PRODUSELOR CONTRAFĂCUTE ȘI PIRATATE

Fenomenele contrafacerii şi pirateriei şi impactul lor asupra activităţii economico-sociale. Contrafacerea şi pirateria, precum s-a menționat anterior, sunt termenii utilizaţi în mod tradiţional pentru nominalizarea activităţilor ilicite legate de încălcarea drepturilor de proprietate industrială şi, respectiv, cele ale dreptului de autor şi drepturilor conexe.

În ultimii ani, s-a înregistrat o expansiune alarmantă a mai multor tipuri de produse care sunt mai frecvent contrafăcute, de la articole de lux (ceasuri şi produse vestimentare ale designerilor cu renume), la produse care au un impact negativ asupra sănătăţii şi siguranţei personale (produse farmaceutice, produse alimentare şi băuturi, echipamente medicale, produse de îngrijire personală, jucării, tutun şi piese auto).

Este foarte dificil de a obţine o imagine detaliată a amplitudinii acestei probleme globale, deoarece ea dispune de o consistență criminală și este totalmente lipsită de transparență. Prin urmare dimensiunea cantitativă a pieţei produselor respective este incertă. Potrivit unei analize a datelor comerţului internaţional (în baza informațiilor serviciilor vamale), în anul 2005 comerţul internaţional cu bunuri contrafăcute şi piratate a atins cifra de 200 mlrd de dolari SUA. Această cifră nu include produsele contrafăcute şi piratate, care sunt fabricate şi consumate în interiorul ţării, şi nici produsele digitale distribuite prin Internet. În cazul în care ar fi incluse şi cele menţionate, piaţa globală a produselor contrafăcute, conform opiniei experţilor, s-ar fi dublat.

Bazându-se pe fapte şi statistici din sferele lor de activitate, organizaţiile internaţionale estimează că piaţa ilegală a produselor contrafăcute constituie între 5 şi 7% din totalul comerţului, reprezentând sute de miliarde de USD anual. Pierderile de locuri de muncă sunt estimate la 120.000 pe an în SUA şi 100.000 în Uniunea Europeană[39].

Contrafacerea şi pirateria dăunează comerţului şi bunăstării publice, subminează încrederea în calitatea produselor marcate cu brand-uri celebre, rezultând în venituri ratate, prejudicii directe, afectarea imaginii țărilor și companiilor cu renume etc.

Efectele majore ale contrafacerii şi pirateriei se reduc la următoarele:

- *Efecte socio-economice generale (cu impact asupra inovării şi creşterii economice, mediului, ocupației forţei de muncă, investiţiilor străine directe, comerţului, etc.);*

[39] Idris Kamil. Op. Cit. p. 250

- ✓ Inovarea este considerată un factor important al creşterii economice. Inventatorii și titularii protejează invențiile prin intermediul brevetelor, altor forme de protecție, fapt care le oferă anumite garanţii privind utilizarea ilicită de către terţi. Urmare a încălcării drepturilor de proprietate intelectuală, procesul de inovare devine dificil, veniturile realizate neacoperind costurile cercetării. Astfel, contrafacerea şi pirateria, în măsura în care subminează eforturile inovaționale, au un efect negativ asupra motivării cercetării-dezvoltării, ritmurilor progresului tehnologic şi economic;
- ✓ Majoritatea produselor contrafăcute sunt fabricate fără respectarea normelor sanitare, materiile prime folosite fiind de o calitate dubioasă. Deseori sunt utilizate substanţe periculoase, ce pun în pericol sănătatea şi viaţa consumătorilor şi totodată afectează mediul înconjurător;
- ✓ Protecţia insuficientă sau defectuoasă a proprietăţii intelectuale influenţează negativ deciziile corporative investiţionale în ţările respective, fapt ce conduce la diminuarea investiţiilor străine directe.

- *Efecte aspra deţinătorilor de drepturi (cu impact asupra volumului de vânzări, preţurilor, redevenţelor, valorii brandului şi a reputaţiei, investiţiilor la nivel de firmă, costurilor etc.):*
  - ✓ Produsele contrafăcute sunt comercializate întotdeauna la un preţ mai mic decât cele autentice, determinând consumatorul să facă o alegere în detrimentul mărfurilor originale. Astfel, agenţii economici care îşi desfăşoară legal activitatea suportă prejudicii prin diminuarea volumului vânzărilor produselor autentice;
  - ✓ Contrafacerea și pirateria, de obicei, deteriorează valoarea brandului şi a reputaţiei producătorilor de produse originale. De exemplu, consumatorii, ce au procurat un produs contrafăcut, fiind dezamăgiţi de calitatea lui, vor da vina pe producătorul produsului original, renunţând să procure pe viitor mărfuri desemnate prin marca respectivă;
  - ✓ Titularii de drepturi pot suporta costuri semnificative legate de combaterea contrafacerii şi pirateriei, cum ar fi modificări ale designului produselor, ambalaj special, litigii, cercetări, campanii de sensibilizare a publicului, costuri asociate cu soluţionarea cererilor de despăgubire a clienţilor care au achiziţionat produse contrafăcute.
- *Efecte asupra consumatorilor (riscuri asupra sănătăţii şi securităţii):*
  - ✓ Sferele în care produsele contrafăcute pot cauza probleme de sănătate şi securitate grave includ: industria automobilelor, producția componentelor electrice, produselor alimentare şi băuturilor, produselor

chimice, articolelor de uz casnic, produselor farmaceutice şi produselor din tutun;

- ✓ Implicaţiile pe care le pot avea falsurile în industria alimentară pot varia de la disconfort general la boli grave sau chiar deces. Produsele farmaceutice contrafăcute pot conţine ingrediente corecte în cantităţi incorecte sau substanţe toxice, constituind un adevărat pericol la adresa sănătăţii publice.

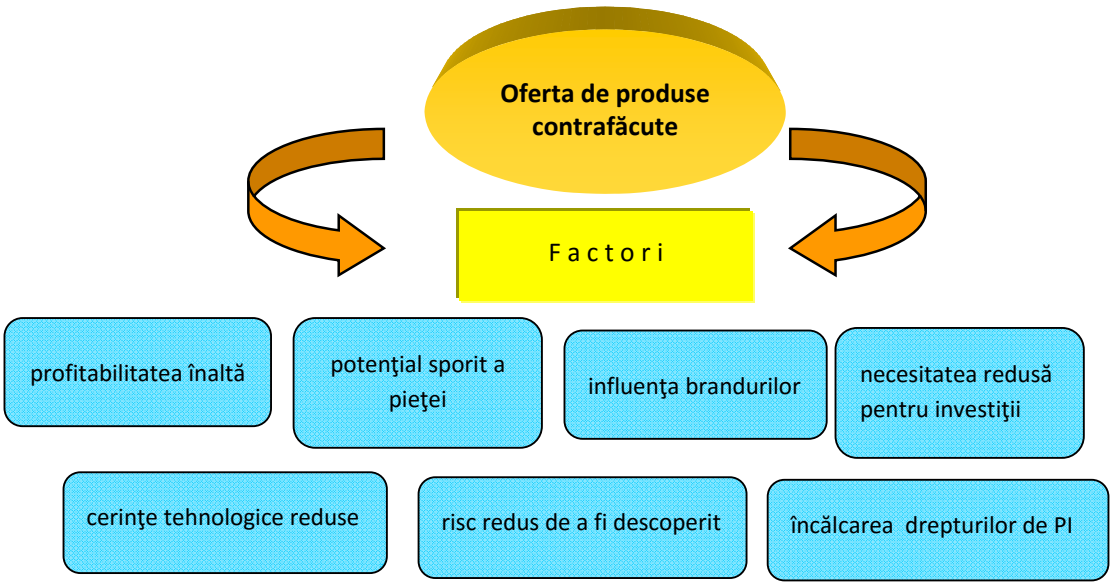
- *Efecte asupra bugetului de stat (diminuarea veniturilor din taxe, impozite etc.).*

Principalele efecte ale contrafacerii şi pirateriei asupra statului se referă la pierderile veniturilor fiscale, precum şi costurile excedentare legate de combaterea contrafacerii şi pirateriei. Astfel, micşorarea volumului de vânzări ca urmare a contrafacerii duce la o diminuare a profiturilor deţinătorilor de drepturi, fapt ce provoacă reducerea considerabilă a veniturilor bugetare.

Factorii ce determină cererea şi oferta produselor contrafăcute. Cererea şi oferta pentru produsele contrafăcute sunt determinate de mai mulţi factori. Decizia de a contraface un produs sau serviciu este luată, de obicei, în funcţie de: profitabilitatea eventuală sporită; capacitatea pieţei; reputaţie sporită a brandurilor celebre; investiţii minime; cerinţe tehnologice nesemnificative; risc redus de a fi descoperit; posibilitatea de a reduce din cheltuieli prin încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală cu diminuarea respectivă a costurilor (Figura 23).

Figura 23.

Factorii care determină oferta de produse contrafăcute

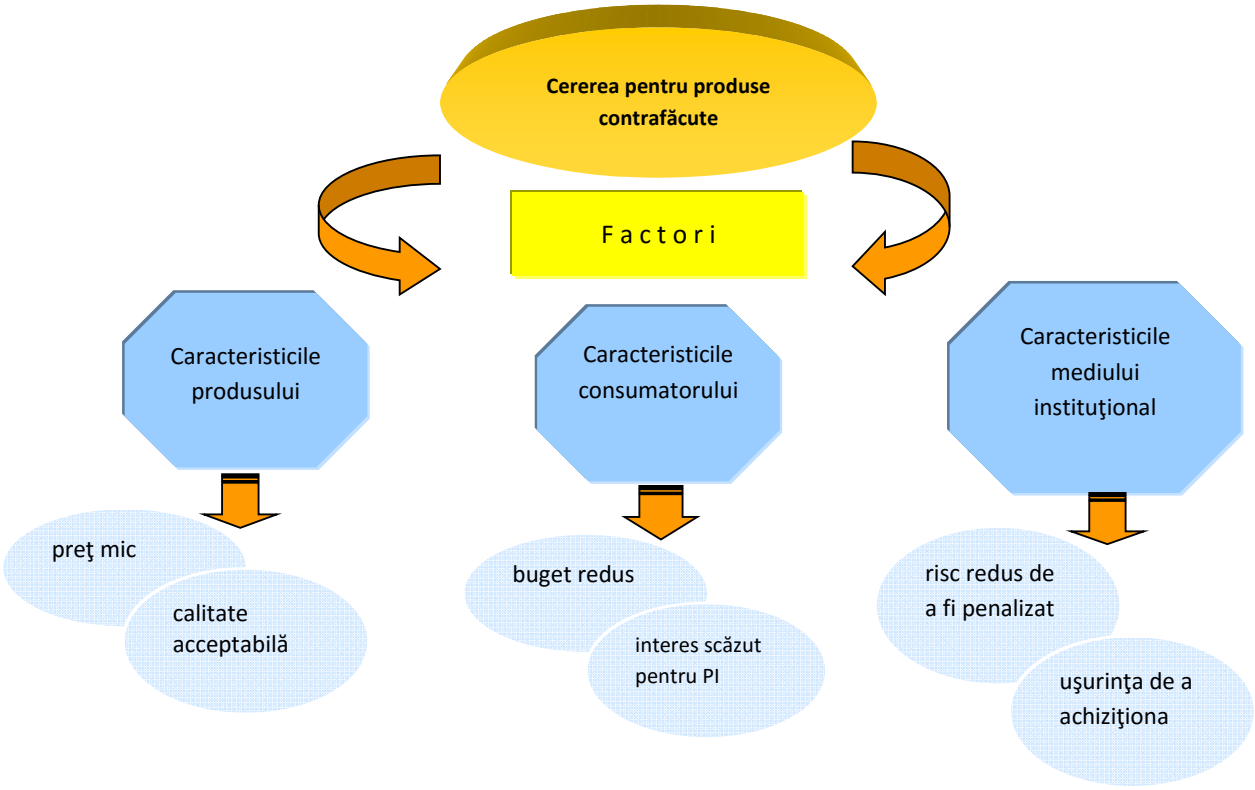


Sursa: elaborată de autor

Referitor la cererea pentru produsele contrafăcute vom menționa că aceasta este determinată de trei factori de bază, reflectaţi în Figura 24: caracteristicile produsului (preţ mic, calitate acceptabilă), caracteristica consumatorului (buget personal redus, interes insuficient pentru respectarea drepturilor asupra proprietăţii intelectuale), caracteristicile mediului instituţional în care operează producătorul şi consumatorul (risc redus de a fi penalizat, uşurinţa de achiziţionare).

Figura 24

Factorii care determină cererea pentru produsele contrafăcute



Sursa: elaborată de autor

Piaţa produselor contrafăcute în Republica Moldova. Referindu-ne la Republica Moldova, putem confirma faptul că ţara noastră se confruntă cu un grad avansat al contrafacerii şi pirateriei, nivelul cărora la multe produse depăşeşte mediile globale şi zonale.

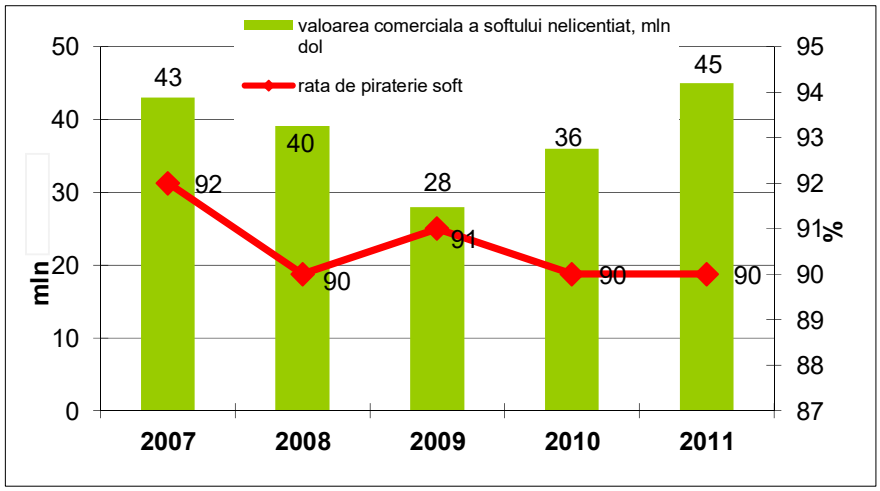
Astfel, în baza unui studiu al Asociației mondiale a producătorilor de software (Business Software Alliance) câțiva ani în urmă în Internet a fost plasată o informație, conform căreia Moldova era cel mai mare pirat IT din lume cu o rată a pirateriei de 94%, cedând primul loc doar Armeniei, unde aceasta a fost estimată la 95%.[40]

[40] http:/www.allmoldova.com/ro

Evoluția ratei pirateriei și a valorii softului licențiat în Republica Moldova, conform aprecierilor Business Software Alliance este prezentată în Figura 25.

Figura 25

Rata pirateriei soft şi valoarea comercială a softului nelicenţiat în Republica Moldova, (2007-2011)



Sursa: Shadow market. 2011 Business Software Alliance global software piracy study, accesibil pe http://www.bsa.org/~/media/Files/Research%20Papers/GlobalStudy/2014/2013GlobalSurvey_Study_en.pdf

În cadrul realizării prezentului studiu au fost depistate informații contradictorii privind rata pirateriei software în Republica Moldova. Astfel, conform estimărilor Business Software Alliance déjà menţionate, rata pirateriei software în Republica Moldova în anul 2011 constituia 90%, iar în expresie valorică - 45 mln USD[41]. Prin urmare, valoarea softului legal constituia 5 mln USD. Însă doar pe segmentul persoanelor juridice, conform informaţiilor Anuarului Statistic al Republicii Moldova, cheltuielile pentru procurarea produselor program, în anul 2011, constituiau 195 974,9 mln lei (cca 16,3 mln USD)[42]. În acest caz, chiar dacă vom admite că softul utilizat de persoanele fizice este piratat la 100%, atunci rata medie a pirateriei soft în Republica Moldova, în anul 2011, urmează a fi reestimată la cca 74%.

Necesitatea verificării suplementare a ratei pirateriei din RM impune o analiză detaliată a modalităților de calcul aplicate de BSA. În cazul în care rata pirateriei de 90% este corectă, valoarea softului nelicențiat s-ar ridica la minimum 147 mln dolari ce de asemenea ar submina veridicitatea estimărilor efectuate de BSA. Merită verificări detaliate și modalitățile de calcul a cuantumului software-lui piratat.

[41] Shadow market. 2011 Business Software Alliance global software piracy study, accesibil pe http://www.bsa.org/~/media/Files/Research%20Papers/GlobalStudy/2014/2013GlobalSurvey_Study_en.pdf

[42] Anuarul Statistic al Republicii Moldova. Chişinău: Statistica, 2012, p.407.

În această ordine de idei credem că este oportun de a urma exemplul Federației Ruse, care în urma constatării diminuării neîntemeiate de către Federația internațională a industriei fonografice (IFPI) cu cca 30% a pieței muzicale rusești a informat IFPI privind incorectitudinea admisă.[43]

Este destul de alarmantă situația privind rata pirateriei/contrafacerii și pe alte segmente ale pieței proprietății intelectuale.

Astfel, conform opiniei expuse în anul 2008 de experții Uniunii Producătorilor de fonograme și videograme din Republica Moldova, cca 70% din muzica expusă pe purtătorii materiali este piratată, iar la capitolul *muzică străină*, această rată atinge cifra de 80%.[44] Prețul CD-urilor piratate este, de obicei, de cca 10 ori mai mic decât a celor autentice.

Factorii care determină amploarea acestui fenomen în Republica Moldova sunt diverşi, însă ei provin în primul rând, din insuficiența culturii de consum şi lipsa priorităţii în respectarea drepturilor proprietății intelectuale. O parte din responsabilitate o poartă și consumatorii de produse piratate, care nu sunt dispuşi să achiziţioneze un soft licenţiat.

Totodată, unul dintre obstacole în calea aplicării efective a drepturilor de PI este lipsa de profesionalism privind protecţia drepturilor de proprietate intelectuală din partea organelor de drept, funcţionarilor vamali şi a altor structuri de stat, pasivitatea titularilor, dar şi dimensiunea minusculă a pieţei Republicii Moldova, care reduce interesul marilor corporaţii multinaţionale pe fundalul eforturilor şi costurilor enorme de combatere a contrafacerii.

Numărul şi dimensiunea acțiunilor întreprinse împotriva contrafacerii și pirateriei nu fac față amplorii fenomenului, cele mai multe cazuri, fiind de obicei, casate fără intentarea unor dosare juridice. Specialiştii susţin că acest lucru se datorează, în mare măsură, faptului că respectarea drepturilor de proprietate intelectuală nu este o activitate prioritară a autorităţilor în cauză[45].

Spre exemplu, în noiembrie 2010, cel mai mare torent "naţional", responsabil pentru încălcarea drepturilor de autor în Moldova, a fost suspendat de către autorităţile locale de respectare a drepturilor (au fost înregistraţi cca. 270.000 de utilizatori). Cu toate acestea, în câteva săptămâni, site-ul a fost relansat cu un conţinut aproape similar. Până în prezent, nici o anchetă nu a fost iniţiată împotriva proprietarilor sau operatorilor site-ui în cauză şi nu au fost luate nici oarecare măsuri administrative.

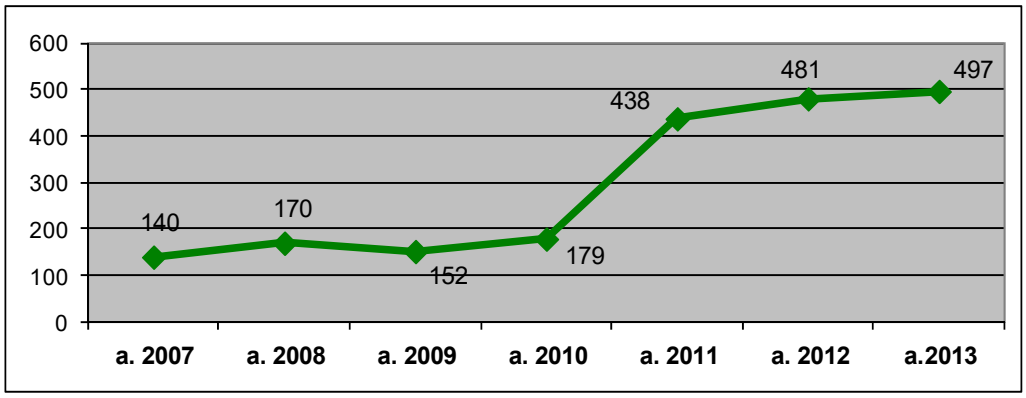
[43] http://newsmuz.com/news_5_23999.htm
[44] http://www.flux.md/editii/2008190/articole/5170
[45] International Intellectual Property Alliance 2011 Special 301 Report On Copyright Protection and Enforcement. Disponibil: http://www.iipa.com/rbc/2012/2012SPEC301MOLDOVA.PDF (vizitat 20.05.2012)

În ansamblu piața producției contrafăcute și piratate din Republica Moldova este puțin cercetată și rămâne, până când, insuficient reflectată în sursele deschise. Unii parametri ai ei și acțiunile întreprinse în vederea contracarării fenomenelor respective pot fi urmărite potrivit activității și informațiilor Serviciului Vamal, ce asigură protecția drepturilor de proprietate intelectuală la frontieră și AGEPI. În această ordine de idei merită a fi menționate în primul rând edițiile 2012 și 2013 ale Raportului Național privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, în care în premieră au fost generalizate informațiile privind contrafacerea și pirateria în țara noastră.

Conform datelor Serviciului Vamal, numărul obiectelor proprietăţii intelectuale înregistrate, cărora li se acordă protecţie la frontieră de către organele vamale ale Republicii Moldova, este în continuă creştere. În a.2013, acesta a crescut la 497 (practic de 3,5 ori comparativ cu anul 2007 (Figura 26).

Figura 26

Numărul OPI ce au beneficiat de protecţie la frontieră, (unităţi)



Sursa: Contracararea traficului internațional cu mărfuri contrafăcute– un obiectiv prioritar al Serviciului Vamal. Disponibil: http://www.customs.gov.md/index.php?id=3459

Pe parcursul anului 2013 organele vamale au înregistrat 81 de reţineri de mărfuri susceptibile a fi contrafăcute, cum ar fi: portmonee "Chanel", "Salvadore Ferragamo", telefoane mobile "Apple", "Nokia", "Samsung", îmbrăcăminte şi accesorii "Chanel", "Prada", "Gucci", "Adidas", "Nike", "Puma", lame pentru ras "Gillete", insigne pentru automobile de marca "Mercedes-Benz", "BMW", etc.

Potrivit informaţiilor Serviciului Vamal, cel mai frecvent contrafăcute şi piratate produse reţinute la frontieră sunt: produsele cosmetice, îmbrăcăminte, telefoane şi accesorii. Cuantumul și țara de origine a unor produse reţinute la vamă este expus în Tabelul 39.

Tabelul 39

Produse contrafăcute reţinute la frontieră (a.2013)

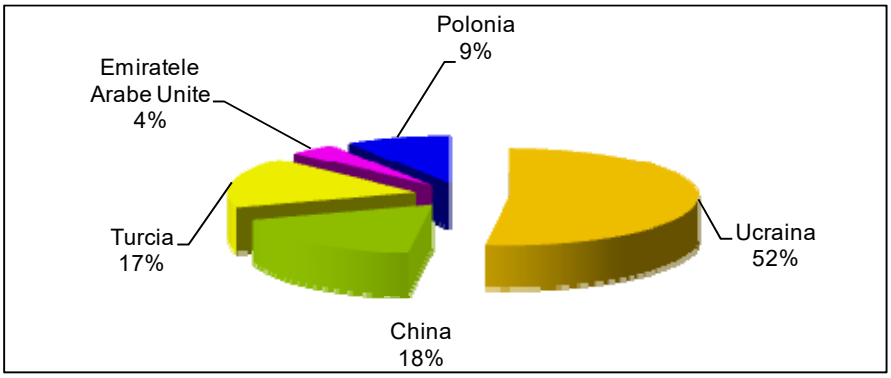
Categoria produsului	Cantitatea (buc.)	Ponderea, %	Ţara de expediţie
Telefoane mobile şi accesorii	1348	38,5	UA, CN
Semne auto	1081	30,9	TR, CN
Parfumerie, produse cosmetice	334	9,5	PL, UA
Încălţăminte	219	6,3	TR, UA
Jucării	144	4,1	CN
Electrocasnice (vibomasoare, aparate de ras)	140	4	UA
Îmbrăcăminte	120	3,4	UA, TR
Ochelari de soare şi huse pentru ochelari de soare	52	1,5	CN
Căni	48	1,4	EAU
Genţi, rucsacuri	15	0,4	TR, UA
Total	**3501**	**100**	

Sursa: Raportul naţional privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, 2013. Chişinău: AGEPI, 2013, p.30

Toate produsele contrafăcute reţinute în anul 2013 au traversat frontiera pe cale terestră. Informaţiile Serviciului Vamal confirmă faptul că cele mai multe mărfuri contrafăcute provin din Ucraina, China şi Turcia (Figura 27).

Figura 27

Repartizarea produselor reţinute în vamă după ţara de origine a mărfurilor contrafăcute (a.2013)



Sursa: Raportul naţional privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, 2013. Chişinău: AGEPI, 2013, p.31

Un raport[46] al Comisiei Europene privind intervenţiile vamale plasează RM în topul celor 10 ţări din care provin cele mai multe mărfuri contrafăcute ce sosesc în Europa, cu o pondere de circa 2% în volumul total al mărfurilor sechestrate la frontieră.

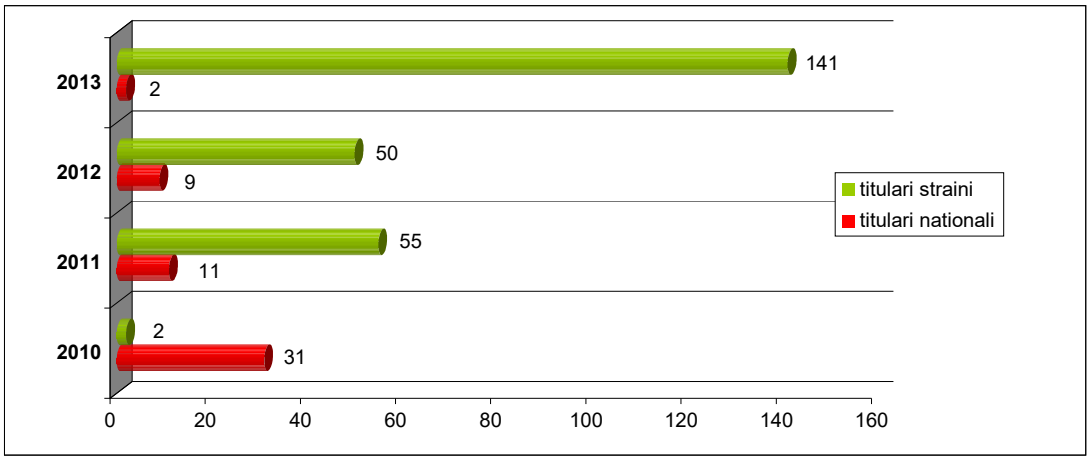
Pe piaţa internă, rolul principal în prevenirea şi combaterea delictelor din domeniul proprietăţii intelectuale revine Ministerului Afacerilor Interne (în continuare MAI). În cadrul Inspectoratului Naţional de Investigaţii al Inspectoratului General al Poliţiei al MAI activează Secţia combaterea infracţiunilor în domeniul proprietăţii intelectuale a Direcţiei nr. 3 Investigare Fraude Economice, specializată în combaterea încălcărilor din sfera proprietăţii intelectuale.

Potrivit datelor Direcţiei Investigare Fraude Economice, pe parcursul anului 2013, au fost efectuate 143 de controale, inclusiv 12 – în baza procedurii ex-officio și 131 – în baza sesizărilor depuse de titularii de drepturi.

În anul 2013, se manifestă o accentuare a diferenţei dintre numărul sesizărilor depuse de titularii străini (141 sesizări) şi al celor depuse de titularii naţionali (2), situaţia practic inversându-se comparativ cu anul 2010 (Figura 28).

Figura 28

Repartizarea sesizărilor pe titulari (unități)



Sursa: Raportul naţional privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, 2013. AGEPI, p. 35

Urmare a controalelor efectuate, în anul 2013, au fost întocmite 143 de acte de constatare, soldându-se cu 142 de acte de ridicare a produselor contrafăcute/piratate cu o valoare totală de 3675935 de lei. Suma amenzilor

[46] Report on EU customs enforcement of intellectual property rights. Results at the EU border 2012. European Commision, pp.18

aplicate în baza dosarelor contravenţionale intentate a constituit valoarea de 357 500 lei.

Un rol deosebit în aplicarea legislației privind respectarea drepturilor de PI în Republica Moldova revine Procuraturii Generale. În anul 2013, Procuratura a desfăşurat urmărirea penală în doar 10 cauze privind încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală, dintre care: conform art. 185¹ (încălcarea dreptului de autor) – 6 cauze penale; art. 185² (încălcarea drepturilor de proprietate industrială) – 3 cauze; art. 246² (falsificarea şi contrafacerea produselor) – 1 cauză (anexată la un dosar penal din cele indicate conform art. 185² din Codul penal)[47].

În opinia experților în domeniu, legislaţia conţine mecanisme destul de eficiente pentru a preveni utilizarea ilegală a proprietăţii intelectuale, dar nu întotdeauna, aceste mecanisme sunt puse în aplicare în practică. Succesul în lupta împotriva fenomenelor de piraterie şi contrafacere, e posibil doar cu condiţia punerii în aplicare a unei politici de stat eficiente în domeniul proprietăţii intelectuale, dar şi a creşterii nivelului motivaţiei instituţionale privind combaterea fenomenelor vizate.

În mare parte, dezvoltarea pirateriei şi fenomenului de contrafacere în ţara noastră se datorează lipsei unui control sistematic din partea organelor competente privind soluţionarea problemelor în cauză.

Principalii indicatori identificaţi ai pieţei produselor contrafăcute și piratate:

1. Valoarea comercială a softului piratat
2. Rata pirateriei soft
3. Numărul OPI ce beneficiază de protecţie la frontieră
4. Valoarea producţiei contrafăcute reţinute la frontieră
5. Numărul sesizărilor depuse de titularii naţionali şi străini la Inspectoratul General de Poliţie
6. Numărul dosarelor intentate de către MAI legate de încălcarea DPI
7. Valoarea producţiei contrafăcute şi piratate ridicate de către colaboratorii MAI

[47] Raportul naţional privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, 2013. Chișinău: AGEPI, 2013, p.40

3.5. INFRASTRUCTURA PIEȚEI PI DIN REPUBLICA MOLDOVA

Constituirea și funcționarea eficientă a pieței în mare măsură este în funcţie de infrastructura și eficiența ei. În cazul proprietății intelectuale această dependență este și mai evidentă deoarece mărfurile ce se expun pe piața respectivă dețin un caracter imaterial, fiind astfel un obiect netradițional al relațiilor de piață, modalitățile și instrumentele comercializării acestora fiind extrem de specifice.

Infrastructura pieței PI întrunește mecanismele și instituțiile ce sunt destinate asigurării funcționării acesteia în conformitate cu principiile ei fundamentale. Principalele elemente ale infrastructurii pieței proprietății intelectuale cuprind: evaluarea PI, consultingul în acordarea protecției juridice creațiilor spirituale și utilizarea lor eficientă, structurile de promovare a inovării şi transferului tehnologic, instituțiile de gestiune colectivă a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe etc.

Evaluarea proprietății intelectuale. Baza normativă a activităţilor de evaluare a proprietăţii intelectuale în Republica Moldova a fost elaborată cu participarea AGEPI şi aprobată pe parcursul anilor 2002-2003. Ea include Legea cu privire la activitatea de evaluare şi două regulamente aprobate prin Hotărârea Guvernului nr.783 din 30 iunie 2003[48]. Legea nominalizată reglementează activitatea de evaluare în ansamblu, inclusiv a proprietăţii intelectuale, principiile generale ale evaluării căreia se încadrează pe deplin în teoria generală a evaluării.

Prin legea menţionată s-a legiferat însăşi activitatea de evaluare a OPI în RM, s-au stabilit principiile reglementării procedurilor de evaluare, s-au stipulat subiecţii şi obiectele evaluării, tipurile de evaluare, cazurile evaluării obligatorii, abordările şi metodele evaluării, principalele cerinţe faţă de evaluatori, contractul de prestare a serviciilor de evaluare şi raportul de evaluare.

Alte două acte normative extrem de importante, elaborate în cadrul AGEPI şi adoptate de Guvern, sunt Regulamentul cu privire la evaluarea obiectelor de proprietate intelectuală cu Indicaţiile metodice aferente şi Regulamentul cu privire la atestarea evaluatorilor de proprietate intelectuală. Acestea stipulează principalele modalităţi de evaluare a proprietăţii intelectuale, specificul evaluării invenţiilor, mărcilor şi altor obiecte, particularităţile evaluării în funcţie de scopurile ei: licenţiere, cesiune, evidenţă contabilă, recuperare a prejudiciilor, gajare etc.

Constituirea bazei normative a evaluării obiectelor de proprietate intelectuală incontestabil a contribuit la crearea condiţiilor favorabile pentru crearea institutului evaluatorilor independenţi în domeniul PI – un element indispensabil al

[48] Legea cu privire la activitatea de evaluare nr. 989-XV din 18.04.2002; Regulamentul cu privire la evaluarea obiectelor de proprietate intelectuală şi Regulamentul cu privire la atestarea evaluatorilor adoptate prin Hotărârea Guvernului nr. 783 din 30.06.2003.

infrastructurii proprietăţii intelectuale şi pieţei ei. Astfel, în conformitate cu prevederile actelor normative menţionate, în anul 2004, AGEPI a organizat cursuri de pregătire profesională a specialiştilor în evaluare şi a atestat primii 7 evaluatori. În 2009, conform prevederilor actelor normative în vigoare, 5 dintre aceştia au fost reatestaţi, iar în 2010 atestaţi alţii 15. Majoritatea lor activează concomitent în calitate de evaluatori ai obiectelor imobiliare, şi au intenţionat să-şi extindă domeniul de activitate. Însă, urmare a faptului că utilizarea comercială a OPI în RM este extrem de limitată, din cei 20 de evaluatori atestaţi, actualmente doar 7 persoane activează frecvent în domeniul evaluării proprietăţii intelectuale.

Principalii indicatori ai activităţii evaluatorilor OPI sunt reflectaţi în tab. 40. Informaţiile prezentate denotă, ca şi în cazul comercializării, dominaţia totală a mărcilor în OPI supuse evaluării. Printre evaluările efectuate în scopul determinării prejudiciilor cauzate de utilizarea ilicită a proprietăţii intelectuale prevalează la fel mărcile. Ponderea relativ modestă a programelor pentru calculator, pe fundalul cuantumului enorm al acestora, este urmare a faptului că evaluarea lor a încetat să fie o activitate ieşită din comun, transformându-se în una de o complexitate redusă. Valoarea lor deseori se determină prin metode relativ simpliste, fără a recurge la serviciile unor evaluatori.

Tabelul 40

Indicatorii activității evaluatorilor OPI pe parcursul anilor 2004-2011

(numărul de obiecte evaluate)

OPI EVALUATE	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total	%
INVENȚII	7	8	2	2	2	3	2	5	4	-	35	8,8
MĂRCI	5	22	3	6	7	9	11	28	36	40	127	31,8
CALCULAREA PREJUDICIILOR	3	-	-	3	-	5	7	34	26	16	78	19,5
SOFTWARE	-	-	-	-	-	6	6	26	40	65	78	19,5
BAZE DE DATE	-	-	-	-	4	2	-	1	7	26	14	3,5
ALTE OPI	-	-	3	-	4	14	22	19	6	82	68	17,0
TOTAL	15	30	8	11	17	39	48	113	119	229	400	100

Sursa: Rapoartele prezentate la AGEPI de către evaluatorii independenţi.

`

Un alt extrem de important document de ordin normativ al activităţii de evaluare, utilizat pe larg în practică sunt Standardele de evaluare. Globalizarea a impus adoptarea de către uniunile internaţionale ale asociaţiilor evaluatorilor a unor standarde internaţionale de evaluare. Utilizarea lor face activitatea economică clară, transparentă şi acceptabilă pentru investitorii străini, fapt extrem de important în cadrul mondializării dezvoltării economice.

Activitatea de intermediere și consultanță în obținerea protecției juridice și utilizarea eficientă a rezultatelor activității intelectuale se efectuează de instituțiile și companiile specializate, dar și de mandatarii autorizați. Ultimii îmbină activitatea de consulting cu serviciile de intermediere în relațiile autorilor/titularilor creațiilor intelectuale cu AGEPI și oficiile de PI din străinătate. Actualmente, în Republica Moldova activează 129 (inclusiv 18 suspendați) mandatari autorizați cu suportul cărora se înregistrează majoritatea obiectelor de proprietate intelectuală parvenite pe cale națională.

Activitatea mandatarilor de depunere a cererilor de protecție a OPI este reflectată în Tabelul 41.

Tabelul 41

Cuantumul și ponderea cererilor de protecție a proprietății intelectuale, depuse prin intermediul mandatarilor autorizați din RM

Indicatori	2010	2011	2012	2013
Numărul CBI depuse de mandatari	91	59	62	76
Ponderea CBI depuse de mandatari în totalul CBI depuse pe cale națională, (%)	26,8	20,8	22,2	26,3
Numărul cererilor de înregistrare a mărcilor depuse prin mandatari	1283	1544	1355	1454
Ponderea cererilor de înregistrare a mărcilor depuse prin mandatari în totalul cererilor de înregistrare a mărcilor depuse pe cale națională, (%)	62,9	67,9	64,7	67,2
Numărul cererilor de înregistrare a DMI depuse prin mandatari	58	43	52	21
Ponderea cererilor de înregistrare a DMI depuse prin mandatari în totalul cererilor de înregistrare a DMI depuse pe cale națională, (%)	56,3	50,0	43,7	17,5
Ponderea cererilor de înregistrare a OPI în totalul cererilor OPI depuse pe cale națională, (%)	57,7	62,3	58,9	60,3

Sursa:Bazele de date AGEPI

Activitatea OGC a creațiilor protejate prin dreptul de autor și drepturile conexe a fost parțial reflectată în compartimentul 3.2.1**.**

Un important indicator al pieței PI în contextul dezvoltării infrastructurii inovaționale este **activitatea agenţiilor şi centrelor de transfer tehnologic**, a **parcurilor științifico-tehnologice, incubatoarelor inovaționale**, în special cifra de afaceri a rezidenţilor lor. Evoluția acesteia, în cazul rezidenților parcului

științifico-tehnologic ”Academica” și incubatorului inovațional ”Inovatorul”, este expusă în Tabelul 42

Tabelul 42

Cifrele de afaceri ale rezidenților PȘT ”Academica” și II” Inovatorul” (mii lei)

	2008	2009	2010	2011	2012
PȘT ”Academica”	29700	11600	14042	17330	29902
II ”Inovatorul”	1700	507	435,7	19676	18800
TOTAL	31400	12107	14477,7	37006	48702

Sursa: Rapoartele anuale ale AITT

Principalii indicatori ai funcţionării infrastructurii pieţei PI:

1. Numărul evaluatorilor OPI certificați
2. Numărul evaluatorilor antrenați în activitatea de evaluare a OPI
3. Numărul OPI evaluate
4. Numărul mandatarilor autorizați
5. Numărul mandatarilor funcționali
6. Numărul cererilor de protecție a OPI depuse prin intermediul mandatarilor
7. Ponderea cererilor de protecție OPI depuse prin intermediul mandatarilor autorizați
8. Numărul agențiilor și centrelor de transfer tehnologic
9. Numărul parcurilor științifico-tehnologice şi al rezidenţilor
10. Cifra de afaceri a rezidenților parcurilor științifico-tehnologice
11. Numărul incubatoarelor inovaționale şi al rezidenţilor
12. Cifra de afaceri a rezidenților incubatoarelor inovaționale
13. Numărul fondurilor de investiții tip venture
14. Indicatorii activității OGC expuși în compartimentul 3.2.1.

Un element eficient al infrastructurii PI și a inovării este constituit din fondurile de investiții tip venture etc., menite să susțină procesul de transfer tehnologic, implementare a invențiilor și promovarea dezvoltării inovației.

Actualmente în Republica Moldova funcționează doar o agenție de transfer tehnologic în cadrul AȘM, un centru de transfer tehnologic al USM (altele trei sunt în curs de constituire), trei parcuri științifico-tehnologice și un incubator inovațional. Finanțarea venture, până când nu este aplicată, urmare a lipsei în RM a bazei legislative favorabile acestui instrument de încurajare a activității inovative.

IV. DESCRIEREA SUCCINTĂ A REZULTATELOR GENERALIZATE A CHESTIONARULUI PRIVIND UTILIZAREA COMERCIALĂ A OPI

În vederea obținerii informației referitoare la parametrii pieței PI din Republica Moldova de la persoane fizice și juridice care au tangențe directe cu domeniul dat, în cadrul prezentului studiu a fost elaborat un chestionar (Anexa 1), care a fost completat de cca 50 de actori activi ai pieței, dintre care 20 – persoane fizice și 30 reprezentanţi ai persoanelor juridice. Conform rezultatelor obținute 6 din totalul acestora utilizează în activitatea sa obiecte de proprietate industrială, 14 – aplică obiecte al dreptului de autor și drepturilor conexe și 30 – utilizează atât obiecte de proprietate industrială cât și obiecte al dreptului de autor și drepturilor conexe.

Din totalitatea respondenților ce utilizează în activitatea sa obiecte a creaţiei intelectuale, 25 (50%) dețin obiecte protejate juridic. Din acestea 19 ţin de domeniul proprietății industriale iar 6 constituie obiecte ale dreptului de autor și drepturilor conexe.

În contextul achiziționării/comercializării obiectelor proprietății intelectuale și surselor acestora au fost obținute următoarele rezultate expuse în Tabelul 42.

Tabelul 42

Achiziționarea OPI și sursele ei

Întrebarea / variante de răspuns	**Respondent:** Persoana fizică	**Respondent:** Persoană juridică	**total**
A achiziţionat întreprinderea Dvs. obiecte de proprietate intelectuală? Indicaţi vă rog sursa			
de la întreprinderi autohtone	**7**	**7**	**14**
de la întreprinderi străine	**4**	**8**	**12**
de la instituţii de cercetare	**1**	**2**	**3**
de la universităţi	**1**		**1**
de la persoane fizice	**1**		**1**
alte_____ _____		**1**	**1**
nu a achiziţionat	**6**	**13**	**19**
A comercializat Întreprinderea Dvs. obiecte de proprietate intelectuală altor organizaţii sau întreprinderi?			
Da	**8**	**2**	**10**
Nu	**10**	**12**	**22**

Pentru depistarea dificultăţilor ce împiedică dezvoltarea pieței OPI au fost propuse câteva variante de răspunsuri, rezultatele fiind expuse în Tabelul 43.

Tabelul 43

Factorii ce împiedică comercializarea și valorificarea OPI

Întrebarea / variante de răspuns	**Respondent:** Persoana fizică	**Respondent:** Persoană juridică	**total**
Care sunt în opinia Dvs. factorii ce împiedică comercializarea şi valorificarea obiectelor de proprietate intelectuală?			
Lipsa culturii inovaționale și manageriale	**7**	**17**	**24**
Lipsa de cunoştinţe despre rolul proprietății intelectuale în societatea modernă	**11**	**18**	**30**
Lipsa informațiilor despre noile tehnologii	**7**	**5**	**12**
Business planuri slab elaborate	**2**	**7**	**9**
Lipsa susţinerii adecvate din partea statului	**9**	**14**	**23**
Insuficiența surselor financiare	**9**	**20**	**29**
Altele		**2**	**2**

Rezultatele obținute au fost aplicate în determinarea veridicității indicatorilor pieței PI, formularea concluziilor și propunerilor ce rezultă din prezentul studiu.

V. PRINCIPALII INDICATORI AI PIEȚEI OBIECTELOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ ȘI SURSELE DE IDENTIFICAREA PARAMETRILOR ȘI TENDINȚELOR LOR

Lipsa datelor statistice oficiale privind numărul şi valoarea tranzacţiilor pe piața produselor și serviciilor (mărfurilor) de origine intelectuală, impune necesitatea specificării surselor de identificare a tuturor informațiilor şi indicatorilor, inclusiv indirecţi, ce reflectă tendinţele pe fiecare segment al pieței proprietății intelectuale. Doar unii din acești indicatori pot fi extrași din Anuarul Statistic al Republicii Moldova. Majoritatea indicatorilor expuși în prezentul studiu au fost colectați din diverse surse informaționale ale ministerelor și departamentelor, BNM, AȘM, organizațiilor profesionale și obștești, organismelor internaționale (rezultate ale sondajelor sociologice, cercetărilor științifice, baze de date, rapoarte anuale, strategii de dezvoltare, cercetări de marketing etc.).

Studiul este o primă încercare complexă de a identifica și estima parametrii cantitativi ai indicatorilor principalelor segmente ale pieței de proprietate intelectuală din Moldova. El poate fi completat și extins, deoarece unele surse utilizate sunt fragmentare şi incomplete, iar colectarea unor informații de ordin comercial în condițiile contabilității duble, gradului de piraterie avansat și lipsei transparenței este un proces extrem de anevoios, dificil și incert.

Procesul de monitorizare a pieței urmează a fi efectuat prin colectarea informației privind valoarea indicatorilor din sursele menționate în cadrul prezentului studiu cu o eventuală extindere a segmentelor pieței supuse monitorizării prin identificarea unor indicatori noi și a surselor acestora.

În cele ce urmează sunt expuși indicatorii pieței, identificați în compartimentele anterioare, divizați pe segmentele respective ale pieței cu specificarea surselor. O parte din indicatori dispun de expresie valorică, alții – de una naturală (numărul de tranzacții sau obiecte comercializate, instituţii implicate etc.).

Principalii indicatori ai pieței obiectelor proprietății industriale. Specificul indicatorilor pieței obiectelor proprietății industriale rezultă din particularitățile protecției lor ce se efectuează prin acordarea unor titluri de protecție(brevete de invenţie, certificate de protecţie). Ele confirmă drepturile titularilor asupra creațiilor sale. Totalitatea lor, practic, constituie oferta potențială pe piață obiectelor proprietății industriale.

Indicatorii de pe acest segment al pieței PI dispun, în primul rând, de o expresie naturală exprimată în numărul de obiecte expuse pe piață (supuse

protecției) și în numărul operațiunilor de comercializare (licențiere, cesiune) efectuate, valorile tranzacțiilor fiind, de obicei, confidențiale.

Sursele indicatorilor în cauză sunt constituite din informațiile încorporate în Anuarul Statistic al Republicii Moldova (numărul de obiecte supuse protecției expuse concomitent și pe sit-ul AGEPI) și cele ale Registrelor de stat privind transmiterea drepturilor asupra obiectelor de proprietate industrială deținute de AGEPI. Datele generalizate ale acestora sunt publicate în Raportul Anual AGEPI.

	Denumirea indicatorului	**Sursa de informare**
1.	Brevete de invenție eliberate	http://agepi.gov.md/md/inventions/statistics/ ; Anuarul Statistic al RM, compartimentul Știința și Proprietate Intelectuală
2.	Brevete de invenție valabile (oferta)	Bazele de date AGEPI
3.	Brevete de invenție licențiate	Registrul de stat deținut de AGEPI
4.	Brevete de invenție cesionate	Registrul de stat deținut de AGEPI
5.	DMI protejate	http://agepi.gov.md/md/design/statistics.php Anuarul Statistic al RM, compartimentul Știința și Proprietate Intelectuală
6.	DMI valabile (oferta)	Bazele de date AGEPI, http://www.wipo.int/ipdl/en/search/hague/search-struct.jsp
7.	DMI licențiate	Registrul de stat deținut de AGEPI
8.	DMI cesionate	Registrul de stat deținut de AGEPI
9.	Mărci protejate	http://agepi.gov.md/md/trademarks/statistics.php Anuarul Statistic al RM, compartimentul Știința și Proprietate Intelectuală
10.	Mărci valabile (oferta)	Bazele de date AGEPI, http://www.wipo.int/romarin
11.	Mărci licențiate	Registrul de stat deținut de AGEPI
12.	Mărci cesionate	Registrul de stat deținut de AGEPI
13.	Brevete pentru soiuri de plante eliberate	http://agepi.gov.md/md/plants/statistics.php Anuarul Statistic al RM, compartimentul Știința și Proprietate Intelectuală
14.	Brevete pentru soiuri de plante valabile (oferta)	Bazele de date AGEPI

Astfel, din cei 14 indicatori specificaţi, 4 exprimă numărul de OPI supuse protecției într-o anumită perioadă, 4 sunt ai ofertei reale, iar 6 sunt indicatori în expresie naturală ai tranzacţiilor efectuate, ce caracterizează nemijlocit funcţionarea pieţei.

Indicatorii pieței producției muzicale și celei audio-video. Indicatorii acestui segment al pieței au fost specificați preponderent în baza informațiilor colectate de la asociațiile de gestiune colectivă a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe în mare parte de la AsDAC, celelalte asociații fiind mai puțin funcționale, deoarece, urmare a conflictului de proporții declanșat între OGC, până

când, nu s-au implicat activ în colectarea remuneraţiilor. Indicatorii acestui segment al pieței PI și sursele disponibile ale acestora sunt expuse în cele ce urmează:

	Denumirea indicatorului	**Sursa de informare**
1.	Numărul spectacolelor teatrale, concertelor filarmonice și ale colectivelor artistice profesioniste	Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
2.	Numărul spectatorilor ai spectacolelor teatrale, concertelor filarmonice și ale colectivelor artistice profesioniste	Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
3.	Numărul subiecţilor ce deţin licenţe pentru activitate pe piaţa audiovizualului	http://www.cca.md/reports/16
4.	Numărul OGG avizate de AGEPI	http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
5.	Numărul membrilor asociațiilor de gestiune colectivă	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
6.	Numărul contractelor de licență încheiate de OGC	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
7.	Eliberarea marcajelor de control	http://agepi.gov.md/md/copyright/statistics.php
8.	Remunerațiile pentru încasările din interpretările publice în alte cazuri decât concerte și spectacole	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
9.	Remunerațiile pentru încasările din spectacole	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
10.	Remunerațiile pentru încasările din concerte	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
11.	Remunerațiile pentru interpretarea la radio/televiziune	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
12.	Remunerații compensatorii opere audiovizuale	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
13.	Remunerații compensatorii reproducere reprografică	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
14.	Remunerații transferate în străinătate	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php
15.	Remunerații obținute din străinătate	Acte de verificare/control a activității OGC http://agepi.gov.md/md/collective-management/ogc.php

Din cei 15 indicatori specificați, 8 dispun de expresie valorică iar 7 de una naturală.

Indicatorii pieţei producţiei literare şi tipografice. Informaţiile oficiale disponibile, care au tangenţă asupra indicatorilor acestui segment al pieţei, nominalizate sunt oferite de BNS. Banca de date statistice, care poate fi accesată pe pagina web a Biroului Naţional de Statistică cuprinde date cu referire la editarea cărţilor, broşurilor, revistelor, altor publicaţii şi ziare, precum şi privind indicatorii principali ai întreprinderilor cu genul principal de activitate *edituri, poligrafie si reproducerea materialelor informative*. De asemenea, vom menţiona datele privind comerţul exterior cu publicaţii tipărite, care pot fi selectate din Anuarul comerţului exterior al RM sau Anuarul statistic al Republicii Moldova.

Indicatorii de pe acest segment întrunesc parametrii valorici (4 indicatori) și cei naturali (10). Ei urmează fi supliniţi cu sursele utilizate de biblioteci pentru achiziționarea de carte, care pot fi obținute de la Ministerul Culturii, Ministerul Sănătății, alte instituții ce dispun de rețele bibliotecare.

Principalii indicatori ai pieţei publicaţiilor tipărite cu indicaţia surselor din care aceştia pot fi selectaţi sunt prezentate în cele ce urmează:

	Indicatori	**Sursa datelor**
1.	Numărul de cărți si broșuri editate (unități de tipar)	http://www.statistica.md/pageview.php?l=ro&idc=263&id=2193 Banca de date statistice a BNS (Compartimentul Cultură); Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
2.	Tirajul anual al cărților și broșurilor editate	Banca de date statistice a BNS (Compartimentul Cultură); Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
3.	Numărul de reviste si alte publicații periodice	Banca de date statistice a BNS (Compartimentul Cultură); Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
4.	Tirajul anual al revistelor editate	Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
5.	Tirajul cărților și broșurilor editate	Banca de date statistice a BNS (Compartimentul Cultură); Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Cultură)
6.	Numărul de ziare (publicații)	Banca de date statistice a BNS (Compartimentul Cultură); Anuarul Statistic al RM, compartimentul Cultură
7.	Tirajul anual al ziarelor editate	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Cultură)
8.	Numărul de întreprinderi cu genul principal de activitate *Edituri, poligrafie şi reproducerea materialelor informative*	Banca de date statistice a BNS (Compartimentul Antreprenoriat)
9.	Venituri din vânzări cu amănuntul a cărților, ziarelor, revistelor și rechizitelor de birou	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Comerț cu amănuntul)
10.	Importul cărţilor, ziarelor şi altor produse imprimate (conform nomenclatorului de mărfuri)	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Comerţ exterior. Importurile pe secţiuni şi capitole, conform nomenclatorului mărfurilor)
11.	Exportul cărţilor, ziarelor şi altor produse imprimate (conform nomenclatorului de mărfuri)	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Comerţ exterior. Exporturile pe secţiuni şi capitole, conform nomenclatorului mărfurilor)

12.	Numărul total al bibliotecilor din RM	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Cultură)
13.	Fondul de carte al bibliotecilor din RM	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Cultură)
14.	Surse alocate din bugetul de stat bibliotecilor pentru achiziţii de carte	Informaţii ale Ministerelor Culturii şi Educaţiei, AŞM

Indicatorii pieței software din RM. Datele privind indicatorii acestui segment al pieței sunt extrem de controversate datorită disponibilității mai multor surse ai parametrilor cantitativi ai acestora (BNS, BNM, UNCTAD, Software Business Alliance etc.). În ciuda contrapunerilor informațiilor privind indicatorii pieței software, datele privind tendințele dominante, în linii mari, corespund, confirmând ritmuri avansate ale evoluției ei. Cei mai importanţi indicatori ai pieţei software sunt expuşi în cele ce urmează. Printre aceștia 4 indicatori dispun de expresie naturală, iar alți 4, de una valorică.

	Denumirea indicatorilor	**Sursa de informare**
1.	Procurări de produse program de către persoanele juridice	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Tehnologii Informaționale)
2.	Exportul serviciilor informatice și informaționale	Banca Naţională a Moldovei https://www.bnm.md/md/balance_of_payments
3.	Importul serviciilor informatice și informaționale	Banca Naţională a Moldovei https://www.bnm.md/md/balance_of_payments
4.	Numărul de întreprinderi ce activează în sectorul TIC	http://www.ict.md/membership2
5.	Ponderea serviciilor de informatică și informaționale în PIB	Banca Naţională a Moldovei şi ANRCETI http://www.ict.md/files/White%20Book%202012%20Romanian%20Version%20FIN.pdf
6.	Cheltuielile pentru procurări software ce revin unui computer din dotarea persoanelor juridice	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Tehnologii Informaționale)
7.	Numărul de computere din dotarea persoanelor juridice	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Tehnologii Informaționale)
8.	Ponderea sectorului TIC (inclusiv software) în	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Tehnologii Informaționale)

	PIB	

Acești indicatori ar putea fi completați cu numărul computerilor din dotarea persoanelor fizice, alți indicatori specifici.

Indicatorii eventuali ai pieței creațiilor de artă plastică. Monitorizarea pieței obiectelor de artă plastică este o activitate extrem de dificilă. În condițiile actuale ale Republicii Moldova pot fi depistate doar unele tendințe de creștere, stagnare sau descreștere a acesteia. Unele informații de acest gen pot fi colectate de pe sit-urile pictorilor sau prin interviurile managerilor galeriilor de artă, colecționarilor, altor actori de pe această piață.

Printre indicatorii ce pot fi utilizați în acest scop vom menționa:

	Denumirea indicatorului	**Sursa de informare**
1.	Numărul muzeelor, saloanelor și galeriilor de artă	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Cultură)
2.	Valoarea şi numărul operelor de artă plastică achiziţionate de muzeele din RM din contul surselor bugetului de stat	Datele Ministerului Culturii
3.	Exportul obiectelor de artă, colecţie sau antichitate	Anuarul Statistic al RM (Compartimentul Balanţa de plăţi)

Indicatorii pieței produselor contrafăcute și piratate. Identificarea unor indicatori ai pieței produselor contrafăcute depășește sarcinile prezentului studiu. Pornind însă de la informațiile controversate, privind costurile softului utilizat legal, ale BNS a Republicii Moldova și cele ale Business Software Alliance expuse în compartimentul 3.3., considerăm oportună specificarea celor mai importanți dintre aceștia.

În această ordine de idei principalii indicatori disponibili ai pieței produselor contrafăcute și piratate ar fi următorii:

	Denumirea indicatorilor	**Sursa datelor**
1.	Valoarea comercială a softului piratat	Rapoartele BSA, http://www.bsa.org/~/media/Files/Research%20Papers/GlobalStudy/2014/2013GlobalSurvey_Study_en.pdf
2.	Rata pirateriei soft	Rapoartele BSA, http://www.bsa.org/~/media/Files/Research%20Papers/GlobalStudy/2014/2013GlobalSurvey_Study_en.pdf
3.	Numărul OPI ce beneficiază de protecţie la frontieră	Serviciul Vamal al RM, http://www.customs.gov.md/files/Registre/Registru/Registru%20OPI%2003.11.2014.p

		df
4.	Valoarea producţiei contrafăcute reţinute la frontieră	Datele Serviciului Vamal al Republicii Moldova
5.	Numărul sesizărilor depuse de titularii naţionali şi străini la Inspectoratul General de Poliţie	Datele Ministerului Afacerilor Interne
6.	Numărul dosarelor intentate de către MAI legate de încălcarea DPI	Datele Ministerului Afacerilor Interne
7.	Valoarea producţiei contrafăcute şi piratate ridicate de către colaboratorii MAI	Datele Ministerului Afacerilor Interne

Printre indicatorii specifixați ai contrafacerii și pirateriei 2 sunt de natură valorică, ceilalți – naturală.

De asemenea vom menționa oportunitatea identificării ratei pirateriei pentru alte segmente ale pieței OPI.

Indicatorii infrastructurii pieței proprietății intelectuale. Aceștia nu reflectă nemijlocit piața OPI, fiind aferenți și caracterizând doar condițiile generale de comercializare a creațiilor intelectuale. Cei mai importanți dintre acești indicatori sunt expuși în cele ce urmează:

	Denumirea indicatorului	**Sursa de informare**
1.	Numărul evaluatorilor OPI certificați.	Registrul Național al evaluatorilor PI ținut de AGEPI http://agepi.gov.md/md/evaluators/evaluators.php
2.	Numărul evaluatorilor antrenați în activitatea de evaluare.	Rezultatele monitorizării activității de evaluare, efectuate de AGEPI
3.	Numărul OPI evaluate.	Rezultatele monitorizării activității de evaluare, efectuate de AGEPI
4.	Numărul mandatarilor autorizați	Registrul Național al mandatarilor autorizați ținut de AGEPI http://agepi.gov.md/md/patentattorneys/list.php
5.	Numărul mandatarilor funcționali.	Bazele de date AGEPI
6.	Numărul cererilor depuse prin intermediul mandatarilor autorizați	Bazele de date AGEPI
7.	Ponderea cererilor de protecție OPI depuse prin intermediul mandatarilor autorizați în totalul cererilor depuse pe cale națională.	Bazele de date AGEPI
8.	Indicatorii activității OGC reflectați anterior.	A se vedea indicatorii pieței produselor muzicale și celei audio-video

9.	Numărul agențiilor și centrelor de transfer tehnologic	Raport anual al CSSDT al AȘM, compartimentul Activitate inovațională
10.	Numărul parcurilor științifico-tehnologice	Raport anual AITT
11.	Cifra de afaceri a rezidenților parcurilor științifico-tehnologice	Raport anual AITT
12.	Numărul incubatoarelor inovaționale	Raport anual AITT
13.	Cifra de afaceri a incubatoarelor inovaționale	Raport anual AITT
14.	Numărul fondurilor de investiții tip venture	Raport anual AITT

Doar 2 indicatori din cei ce reflectă activitatea infrastructurii pieței PI sunt valorici.

În cazul creării fondurilor de investiții venture, urmează a fi reflectați indicatorii funcționării acestora.

VI. CONCLUZII ȘI PROPUNERI

Generalizarea rezultatelor obținute în urma efectuării prezentului studiu impune următoarele concluzii:

1. Piața PI este un element firesc al economiei de piață adecvat societății cunoașterii și tranziției la calea inovațională a creșterii economice. Funcția ei principală ține de optimizarea utilizării resurselor intelectuale ale societății şi a celor materiale, destinate elaborării cunoştinţelor.
2. Piața PI este o piață ce operează cu mărfuri ”invizibile” – bunuri intelectuale de ordin imaterial. Pentru Republica Moldova ea este un fenomen relativ nou. Parametrii tranzacțiilor pe această piață nu sunt până când reflectați în statistica oficială, redându-le astfel acestora o invizibilitate dublă.
3. Oferta pe piața OPI este constituită din totalitatea obiectelor de origine spirituală supuse protecției, deoarece destinația protecției este transformarea creațiilor spirituale în mărfuri. Astfel, protecția juridică a produselor intelectuale este un instrument important al economiei de piață, ce îndeplinește anumite funcții economice.
4. Piața obiectelor de proprietate industrială în RM este doar la etapa incipientă de constituirie.
5. O mare parte a operațiunilor cu obiectele de proprietate industrială se efectuează ca consecință a reorganizărilor, lichidărilor, comasărilor întreprinderilor/organizaţiilor ce le deţin, plasându-se astfel în afara pieței PI.
6. În structura exportului RM practic lipsesc obiecte de proprietate industrială, pe când cele ale dreptului de autor şi drepturilor conexe sunt pe larg prezentate pe segmentele publicaţiilor tipărite, software, producţiei muzicale.
7. Segmentarea excedentă a pieței PI este deseori inoportună deoarece poate duce în eroare și denatura indicatorii reali ai pieței. În aceste condiții în contextul rezultatelor activității tehnico-științifice deseori se utilizează termenii ”tehnologie”, ”transfer tehnologic”, ”tehnologii informaționale și ale comunicațiilor” etc.
8. Întreprinderile străine sunt mai active în tranzacțiile cu obiectele proprietății industriale în comparație cu cele autohtone. Totodată companiile private sunt mai active decât cele de stat, care practic au dat dovadă de lipsa totală de interes față de comercializarea proprietății industriale.
9. Sectorul academic și cel universitar în calitate de principali furnizori ai invențiilor brevetate sunt practic înstrăinați de piața invențiilor
10. Piața creațiilor muzicale pe parcursul evoluției sale se deplasează de la utilizarea purtătorilor materiali, la piața digitală, astfel încât aplicarea purtătorilor materiali practic este pe cale de dispariție.

11. Remunerațiile încasate de OGC de la utilizatori, urmare a conflictului declanșat între ele, s-a diminuat în ultimii doi ani cu 25%.
12. Publicațiile tipărite pe parcursul ultimilor ani tot mai mult migrează spre formatul digital. Urmare a acestei tendințe este conservarea, pe parcursul ultimilor ani, a numărului cărților și ziarelor editate, dar și a tirajelor. În cazul revistelor se înregistrează o mică descreștere a numărului lor cu o diminuare mai pronunțată a tirajelor.
13. Piața software este într-o stabila și dinamică extindere atât la nivel intern, cât și extern.
14. Pe segmentul pieței producției muzicale, celei a publicațiilor tipărite, a software în Republica Moldova s-a constituit o piață funcțională cu un circuit de sute de milioane lei.
15. Alte segmente (piața proprietății industriale, operelor de artă plastică, jocurilor electronice etc.) se află la etapa incipientă. Constituirea lor în mare măsură depinde de implicarea și susținerea statului.
16. Datele privind cuantumul produselor contrafăcute şi piratate în Republica Moldova, de asemenea, dispun de un caracter fragmentar. Această stare a lucrurilor constituie un impediment în elaborarea şi promovarea unei politici de stat în vederea combaterii cu succes a fenomenelor date. Autorii prezentului studiu au întreprins o încercare de argumentare a incorectitudinii determinării ratei pirateriei software din Republica Moldova la cota de 90% efectuate de Business Software Alliance.
17. Rezultatele sondajului efectuat confirmă faptul că piața obiectelor de proprietate intelectuala a devenit în Republica Moldova o realitate, deoarece 40 % din respondenți au achiziționat în procesul activității sale OPI, iar 46% au fost implicați în comercializarea lor.
18. Dezvoltarea pieței PI în Republica Moldova, conform răspunsurilor obținute este împiedicată de lipsa cunoştinţelor privind rolul proprietății intelectuale în societatea modernă, insuficiența surselor financiare, lipsa culturii inovaționale și manageriale și a susţinerii adecvate din partea statului. De menționat că respondenții activează, de regulă, în sfere inovative și cele cu activități creative.
19. Indicatorii pieței OPI reflectați în capitolul V bineînțeles că sunt incompleți. Principala dificultate în identificarea lor este lipsa informațiilor statistice publice privind tranzacțiile respective, transparența limitată a activității companiilor din sectoarele implicate, caracterul intangibil al produselor intelectuale.

20. Colectarea datelor referitoare la indicatorii pieței OPI este anevoioasă deoarece, în condițiile concurenței neloiale, o bună parte a informației economice constituie obiectul secretului comercial.
21. În baza rezultatelor prezentului studiu, cu utilizarea surselor indicate, monitorizarea tendințelor principalelor indicatori ai pieței OPI pe segmentele de bază a acesteia poate fi efectuată de toate persoanele cointeresate. În unele cazuri pentru obţinerea datelor sunt necesare solicitări suplimentare, ce nu pot fi selectate din surse accesibile.

Propuneri și recomandări pentru consolidarea și promovarea pieței OPI

1. Pornind de la potențialul pieței de eficientizare al utilizării bunurilor intelectuale, autorii prezentului studiu consideră oportună susținerea de către stat a cererii pe piața proprietății intelectuale, mai ales pe segmentele produselor inovaționale, software, alte segmente cu un potențial major de impact asupra ritmurilor creșterii economice.
2. Promovarea strategiei de inovare, încurajare a dezvoltării inovaționale impune introducerea obligativității înregistrării contractelor de comercializare a obiectelor de proprietate industrială cu diminuarea concomitentă a taxelor de înregistrare a tranzacțiilor respective[49].
3. Consolidarea și extinderea infrastructurii pieței OPI (susținerea activității agenţiilor şi centrelor de transfer tehnologic, companiilor de consulting, încurajarea creșterii profesionalismului evaluatorilor OPI, acordarea serviciilor de prediagnoză a PI și audit tehnologic, asistența în soluționarea litigiului dintre OGC).
4. Încurajarea participării capitalului privat în activitățile de cercetare și inovare.
5. Crearea unui sistem de stimulare a comercializării elaborărilor tehnologice care urmează să se transforme într-o componentă importantă a politicii tehnologice a statului deoarece încurajarea dezvoltării inovaționale în condițiile economiei de piață poate fi atinsă doar prin aplicarea comercială a inovațiilor.
6. Expunerea și promovarea pe piață a brevetelor de invenție și elaborărilor tehnologice proprietate a statului. Privatizarea mărcilor de stat aflate în gestiunea MAIA prin procedura de licitație, întru excluderea tendințelor de degradare a acestora.
7. Ameliorarea capacităților funcționale a organizațiilor de gestiune colectivă a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe, asigurarea transparenței activității acestora.

[49] Actualmente tariful care este achitat pentru înregistrarea unui contract de licențiere/cesiune constituie 200 Euro pentru un obiect de proprietate industrială și poate fi considerat ca o barieră a asigurării transparenței pieței PI.

8. Extinderea aplicării tehnologiilor de marketing asupra pieței obiectelor de proprietate intelectuală
9. Implementarea principiilor manageriale și de autonomie financiară asupra activității instituțiilor de cercetare, cultură și artă.
10. Sporirea eficienței utilizării mijloacelor bugetare în finanțarea cercetării, culturii și artei.
11. Crearea unui mecanism de susținere a brevetării invențiilor autohtone în străinătate în vederea asigurării protecției și crearea pe această cale a condițiilor pentru comercializarea lor pe piețele străine.

ÎNCHEIERE

Prezentul studiu a avut drept scop elucidarea situaţiei de pe piaţa proprietăţii intelectuale din Republica Moldova în vederea stabilirii principalelor ei tendințe cu elaborarea unui mecanism funcțional de monitorizare a acestora prin identificarea celor mai importanţi indicatori pasibili pentru estimare pornind de la starea câmpului informațional actual al RM, statisticei oficiale și a surselor din care valorile acestora pot fi extrase.

Mecanismul de monitorizare a pieței OPI practic prezintă totalitatea (nomenclatorul) indicatorilor, dispersați pe segmentele pieței și sursele de estimare a valorilor acestora. Urmare a lipsei unor valori concrete a tranzacțiilor efectuate, o parte din indicatori sunt expuși în expresie naturală (numărul de obiecte comercializate sau a celor propuse spre comercializare în cazul ofertei).

Lipsa unor indicatori valorici pe mai multe segmente ale pieţei PI face imposibilă aplicarea unui indicator sintetic al pieței PI din RM per ansamblu ce ar include cuantumul valoric al tuturor PI supuse comercializării. În atare condiţii monitorizarea pieței în baza prezentului mecanism presupune doar estimarea tendințelor acesteia pe diferite segmente cu determinarea trend-urilor de creștere sau descreștere.

Aplicând mecanismul şi sursele expuse orice instituţie sau companie, persoană fizică sau juridică poate estima tendințele pieței PI pe diferite segmente ale ei în baza informației disponibile pe sit-le instituțiilor publice sau, în unele cazuri prin solicitări speciale.

Activitățile de monitorizare a pieței PI se soldează cu elaborarea unui raport ce include expresiile naturale și valorice ale principalilor indicatori ai pieței, caracteristicile conjuncturii pieței PI pe segmentele selectate ale acesteia, principalii parametri ai mediului concurențial, concluziile privind tendințele generale și trendurile indicatorilor de bază ai pieței

Pe parcurs, mecanismul în cauză poate fi actualizat şi completat cu indicatori noi și surse mai accesibile în vederea elucidării unui tablou mai amplu al pieței PI din Republica Moldova.

BIBLIOGRAFIE

1. Băloiu L. M., Frăsineanu C., Frăsineanu I. Management inovațional. București: Ed. ASE 2007,
2. Bucur V., Badâr Iu., Cravcenco R. Indicaţii metodice privind evaluarea şi contabilitatea activelor nemateriale, Chişinău, AGEPI, 2005.
3. Судариков С.А. Интеллектуальная собственность, Москва, Издательство деловой и учебной литературы, 2007,
4. Dănilă L. Dreptul de autor şi dreptul de proprietate industrială, Bucureşti: Ed. C.H.Beck, 2008,
5. Dictionnaire comparé du droit d'auteur et du copyright, Paris: CNRS EDITIONS, 2003,
6. Dicţionar de economie. Ediţia a doua, Bucureşti: Ed. Economică, 2001,
7. Guide on the Licensing of Copyright and Related Rights. WIPO,
8. Hagoort G. Managementul artelor în stil antreprenorial, Chişinău: Ed. Epigraf, 2005,
9. Huţu C-A. Cultura organizaţională şi transfer de tehnologie, Bucureşti: ECONOMICA, 1999,
10. Idris Kamil. Proprietatea Intelectuala-un instrument puternic pentru dezvoltarea economică. București: O.S.I.M., 2006. ISBN: 973-86828-3-5,
11. Introducere în proprietatea intelectuală, Bucureşti: Editura Rosetti, 2001,
12. Macovei I. Dreptul proprietăţii intelectuale, Ed. 2, Bucureşti: Editura C.H.Beck, 2007,
13. Raportul naţional privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, 2013, AGEPI,
14. Report on EU customs enforcement of intellectual property rights. Results at the EU border 2012. European Commision,
15. The Global Competitiveness Report 2012-2013 WEF
16. UNCTAD Doc. TD/CODE TOT/4/1983
17. Блинников В.И., Дубровская В.В., Сергиевский В.В. Патент: от идеи до прибыли, Москва: Мир, 2002,
18. Борохович Л., Монастырская А., Трохова М. Ваша интеллектуальная собственность, СПб: Питер, 2001,
19. Евдокимова В.Н. Передача технологии: правовое регулирование и правоприменительная практика в Российской Федерации, Москва: ИНИЦ Роспатента, 2001,
20. Конов Ю.П., Гончеаренко Л.П. Рынок интеллектуальной собственности Москва: Экономика, 2010

21. Мухопад В.И. Рынок лицензий в экономике России: теория и практика лицензионной торговли, Москва: ИНИЦ «ПАТЕНТ», 2010,
22. Цыбулёв П.Н. Маркетинг интеллектуальной собственности, Киев: ГИИС,
23. Guide on the Licensing of Copyright and Related Rights. WIPO.
24. Annual report. October 2012 – October 2013. International Publishers Association
25. Utilizarea timpului în Republica Moldova. Sinteză. Chişinău: BNS, 2013
26. Lege cu privire la activitatea editorială nr. 939-XIV din 20.04.2000, publicată în Monitorul Oficial al R. Moldova nr. 70-72/511 din 22.06.2000

ANEXE

Anexa 1

Chestionar

Va mulţumim pentru timpul şi atenţia acordate acestui chestionar referitor la situaţia pieţei proprietăţii intelectuale. Răspunzând la întrebările noastre, vă aduceţi contribuţia la o cercetare destinată elaborării unui mecanism de monitorizare a pieţei proprietăţii intelectuale în RM.

Va rugam sa bifaţi, in cadrul fiecărei întrebări, răspunsurile pe care le consideraţi cele mai adecvate stării lucrurilor în acest domeniu.

Puteţi bifa una sau mai multe căsuţe la fiecare întrebare.

Dacă doriţi să vă comunicăm rezultatele studiului, aveţi opţiunea de a ne lăsa adresa dumneavoastră electronică.

1. Respondent:

□ Persoana fizică □ Persoană juridică

2. Localizarea întreprinderii:

□ Mediu rural □ Mediu urban

3. Vârsta întreprinderii

□până la 1 an □ de la 2 la 5 ani □ de la 6 la 10 ani □ peste 10 ani

4. Domeniu de activitate:

□ Industrie
□ Agricultura
□ Servicii
□ Știință și educație
□ Elaborarea produselor informaţionale (baze de date, software)
□ Industria audio-vizuală (film, TV, radio)
□ Industria muzicală, producerea fonogramelor
□ Activitatea artistică (arhitectură, design, pictură, sculptură, etc.)
□ Activitatea literară şi editorială (cărţi, ziare, reviste)
□ Altele_____

5. Utilizaţi în activitatea Dvs. obiecte ale proprietăţii intelectuale?

Obiecte ale proprietăţii industriale	Obiecte ale dreptului de autor
□ Brevete de invenţie	□ Opere literare
□ Soiuri de plante	□ Opere ştiinţifice
□ Mărci pentru produse şi servicii	□ Opere muzicale
□ Desene/modele industriale	□ Opere de artă plastică
□ Denumiri de origine, indicaţii geografice	□ Fonograme
	□ Programe de calculator
	□ Opere audiovizuale
	□ Baze de date, etc.

6. Deţineţi obiecte de proprietate intelectuală înregistrate la AGEPI?

□ Brevete de invenţie
□ Desene/modele industriale
□ Mărci
□ Soiuri de plante
□ Opere ştiinţifice
□ Opere literare
□ Opere muzicale
□ Fonograme
□ Programe de calculator
□ Opere de artă plastică
□ Altele

7. A achiziţionat întreprinderea Dvs. obiecte de proprietate intelectuală? Indicaţi vă rog sursa

□ de la întreprinderi autohtone
□ de la instituţii de cercetare
□ de la persoane fizice
□ nu a achiziţionat
□ de la întreprinderi străine
□ de la universităţi
□ alte_____

7. A comercializat Întreprinderea Dvs. obiecte de proprietate intelectuală altor organizaţii sau întreprinderi?

□ Da
□ Nu

8. Care sunt în opinia Dvs. factorii ce împiedică comercializarea şi valorificarea obiectelor de proprietate intelectuală?

□ Lipsa culturii inovaţionale şi manageriale
□ Lipsa de cunoştinţe despre rolul proprietăţii intelectuale în societatea modernă
□ Lipsa informaţiilor despre noile tehnologii
□ Business planuri slab elaborate
□ Lipsa susţinerii adecvate din partea statului
□ Insuficienţa surselor financiare
□ Altele

Vă mulţumim pentru colaborare!

Анкета

Благодарим Вас за время и внимание уделенное ответам на вопросы данной анкеты. Отвечая на наши вопросы, Вы вносите свой вклад в исследования, направленные на разработку механизма мониторинга рынка интеллектуальной собственности в РМ.

Пожалуйста, выберите для каждого вопроса, ответы которые вы считаете в наибольшей мере достоверными реалиям.

Вы можете выбрать один или несколько вариантов для каждого вопроса.

Если Вы хотите узнать о результатах исследования, можете оставить нам свой адрес электронной почты.

1. Респонденты

□ Юридическое лицо □ Физическое лицо

2. Местонахождение компании:

□ Сельская местность □ Город

3. Возраст предприятия

□менее 1 года □ от 2 до 5 лет □ от 6 до 10 лет □ свыше 10 лет

4. Область деятельности:

□ Промышленность
□ Сельское хозяйство
□ Сектор услуг
□ Наука и образование
□ Разработка программного обеспечения (программы базы данных)
□ Аудио-визуальная промышленность (фильмы, телевидение, радио)
□ Музыкальная индустрия, производство фонограмм
□ Артистическая деятельность (архитектура, дизайн, живопись, скульптура и т.д.).
□ Литературная и издательская деятельность (книги, газеты, журналы)
□ Другие_____

5. Используйте ли Вы в своей деятельности объекты интеллектуальной собственности?

Объекты промышленной собственности	Объекты авторского права
□ Патенты на изобретения	□ Литературные произведения
□ Сорта растений	□ Научные работы
□ Товарные знаки и знаки обслуживания	□ Музыкальные произведения
□ Промышленные рисунки/модели	□ Произведения изобразительного искусства
□ Наименования мест происхождения, географические указания	□ Фонограммы
	□ Программное обеспечение
	□ Аудиовизуальные произведения
	□ Базы данных, и т.д.

6. Владеете ли Вы объектами интеллектуальной собственности зарегистрированными в AGEPI?

□ Патенты на изобретения
□ Промышленные рисунки/модели
□ Товарные знаки
□ Сорта растений
□ Литературные произведения
□ Научные работы
□ Музыкальные произведения
□ Фонограммы
□ Программное обеспечение
□ Произведения изобразительного искусства
□ Другие

7. Приобретала ли Ваша компания объекты интеллектуальной собственности? Пожалуйста, укажите источник.

□ У местных предприятий
□ У научно-исследовательских институтов
□ У физических лиц
□ не приобретала
□ У иностранных компаний
□ У университетов
□ Другие _____

8. Продавала ли Ваша компания объекты интеллектуальной собственности другим организациям или предприятиям?

□ Да
□ Нет

9. Каковы на ваш взгляд факторы, препятствующие коммерциализации и использованию объектов интеллектуальной собственности?

□ Отсутствие инновационной и управленческой культуры
□ Отсутствие знаний о роли интеллектуальной собственности в современном обществе
□ Отсутствие информации о новых технологиях
□ Плохо подготовленные бизнес-планы
□ Отсутствие адекватной поддержки со стороны государства
□ Нехватка финансовых ресурсов
□ Другие

Спасибо за сотрудничество!

Anexa 2

Rezultatele generalizate ale sondajului

Întrebarea / variante de răspuns	**Respondent:** Persoana fizică	**Respondent:** Persoană juridică	**total**
Localizarea întreprinderii:			
Mediu rural	**1**	**2**	**3**
Mediu urban	**17**	**27**	**44**
Vârsta întreprinderii			
până la 1 an	**1**	**2**	**3**
de la 2 la 5 ani	**2**	**5**	**7**
de la 6 la 10 ani	**3**	**5**	**8**
peste 10 ani	**12**	**15**	**27**
Domeniu de activitate:			
Industrie	**1**	**4**	**5**
Agricultura		**2**	**2**
Servicii	**5**	**10**	**15**
Știință și educație	**7**	**12**	**19**
Elaborarea produselor informaţionale (baze de date, software)	**4**	**4**	**8**
Industria audio-vizuală (film, TV, radio)	**1**		**1**
Industria muzicală, producerea fonogramelor			
Activitatea artistică (arhitectură, design, pictură, sculptură, etc.)	**1**		**1**
Activitatea literară şi editorială (cărţi, ziare, reviste)			
Altele_____	**6**	**4**	**10**
Utilizaţi în activitatea Dvs. obiecte ale proprietăţii intelectuale			
Obiecte ale proprietăţii industriale			
Brevete de invenţie	**6**	**13**	**19**
Soiuri de plante	**1**	**1**	**2**
Mărci pentru produse şi servicii	**4**	**11**	**15**
Desene/modele industriale	**3**	**7**	**10**
Denumiri de origine, indicaţii geografice	**2**	**4**	**6**
Obiecte ale dreptului de autor			
Opere literare	**1**	**2**	**3**
Opere ştiinţifice	**7**	**10**	**17**
Opere muzicale		**2**	**2**
Opere de artă plastică		**2**	**2**
Fonograme		**2**	**2**
Programe de calculator	**12**	**20**	**32**
Opere audiovizuale		**2**	**2**
Baze de date, etc.	**10**	**19**	**29**

Arta cinematografică	**1**		**1**
Deţineţi obiecte de proprietate intelectuală înregistrate la AGEPI?			
Brevete de invenţie	**4**	**10**	**14**
Desene/modele industriale		**5**	**5**
Mărci	**3**	**7**	**10**
Soiuri de plante	**1**	**1**	**2**
Opere ştiinţifice	**3**	**4**	**7**
Opere literare			
Opere muzicale			
Fonograme			
Programe de calculator	**4**	**4**	**8**
Opere de artă plastică			
Altele		**4**	**4**
A achiziţionat întreprinderea Dvs. obiecte de proprietate intelectuală? Indicaţi vă rog sursa.			
de la întreprinderi autohtone	**7**	**7**	**14**
de la întreprinderi străine	**4**	**8**	**12**
de la instituţii de cercetare	**1**	**2**	**3**
de la universităţi	**1**		**1**
de la persoane fizice	**1**		**1**
alte_____		**1**	**1**
nu a achiziţionat	**6**	**13**	**19**
A comercializat Întreprinderea Dvs. obiecte de proprietate intelectuală altor organizaţii sau întreprinderi?			
Da	**8**	**2**	**10**
Nu	**10**	**12**	**22**
Care sunt în opinia Dvs. factorii ce împiedică comercializarea şi valorificarea obiectelor de proprietate intelectuală?			
Lipsa culturii inovaţionale şi manageriale	**7**	**17**	**24**
Lipsa de cunoştinţe despre rolul proprietăţii intelectuale în societatea modernă	**11**	**18**	**30**
Lipsa informaţiilor despre noile tehnologii	**7**	**5**	**12**
Business planuri slab elaborate	**2**	**7**	**9**
Lipsa susţinerii adecvate din partea statului	**9**	**14**	**23**
Insuficienţa surselor financiare	**9**	**20**	**29**
Altele		**2**	**2**