

Academia de Științe a Moldovei
Ministerul Economiei al Republicii Moldova
INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETĂRI ECONOMICE

Cu titlu de manuscris

C.Z.U.: 347.77(478)

MOGOL NATALIA

VALORIFICAREA SISTEMULUI INDICAȚIILOR
GEOGRAFICE ÎN CONTEXTUL DEZVOLTĂRII EUROPENE A
REPUBLICII MOLDOVA

Specialitatea: 521.03. Economie și management (în domeniul proprietății
intelectuale)

Teză de doctor în economie

Conducător științific:

Bajura Tudor, dr. hab. în
economie, profesor cercetător

Autor:

Mogol Natalia

Chișinău, 2015

© Mogol Natalia, 2015

Cuprins

ADNOTARE (în română, rusă și engleză)	5
LISTA ABREVIERILOR	8
INTRODUCERE	9
1. ABORDĂRI TEORETICE ȘI PRACTICE PRIVIND SISTEMUL INDICAȚIILOR GEOGRAFICE ÎN CONDIȚIILE ECONOMIEI DE PIAȚĂ	15
1.1. Indicațiile geografice ca obiect de proprietate intelectuală	15
1.2. Metode moderne de evaluare a efectului economic al indicațiilor geografice	27
1.3. Experiințe naționale și regionale privind valorificarea indicațiilor geografice (Franța, SUA, India, UE)	36
1.4. Concluzii la capitolul 1	50
2. DIAGNOSTICAREA STĂRII ACTUALE ȘI TENDINȚELE DEZVOLTĂRII SISTEMULUI INDICAȚIILOR GEOGRAFICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA	52
2.1. Constituirea sistemului indicațiilor geografice	52
2.2. Protecția indicațiilor geografice și analiza tendințelor de dezvoltare a pieței produselor cu indicații geografice	65
2.3. Locul indicațiilor geografice în strategiile de dezvoltare	79
2.4. Concluzii la capitolul 2	90
3. PERFECTIONAREA PROCESULUI DE VALORIFICARE A SISTEMULUI INDICAȚIILOR GEOGRAFICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA	92
3.1. Evaluarea perspectivelor dezvoltării sistemului indicațiilor geografice	92
3.2. Consolidarea cadrului legislativ privind protecția indicațiilor geografice	106
3.3. Crearea premizelor organizatorice și financiare de dezvoltare dinamică a pieței produselor cu indicații geografice	120
3.4. Concluzii la capitolul 3	132
CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI	134
BIBLIOGRAFIE	139
ANEXE	150
Anexa 1: Indicațiile geografice protejate în Uniunea Europeană pe produse și pe state membre	151
Anexa 2: Clasificarea funcțiilor de bază ale indicațiilor geografice	152

Anexa 3: Programe comunitare aprobate pentru promovarea produselor agricole și alimentare pe piețele interne și pe piețele terțe	153
Anexa 4: Ghid privind constituirea Grupului	154
Anexa 5: Ghid privind completarea caietului sarcini	155
Anexa 6: Repartizarea răspunsurilor autorităților la chestionarul lansat de AGEPI în anul 2013	161
Anexa 7: Indicațiile geografice parte componentă a politicilor de dezvoltare durabilă	167
Anexa 8: Chestionar privind percepția consumatorilor din Republica Moldova asupra produselor agricole și alimentare cu origine și calitate determinate (cu indicație geografică)	168
Anexa 9: Taxe percepute pentru înregistrarea unei indicații geografice de țările membre ale Uniunii Europene	170
Anexa 10: Certificat de implemetare eliberat de Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	172
Anexa 11: Certificat de implemetare eliberat de proiectul Competitiveness Enhancement and Enterprise Development II (CEED II)	173
Anexa 12: Certificat de implementare eliberat de Asociația producătorilor de pomușoare BACIFERA	174
Declarația privind asumarea răspunderii	175
Curriculum Vitae	176

ADNOTARE
MOGOL NATALIA
VALORIFICAREA SISTEMULUI INDICAȚIILOR GEOGRAFICE ÎN CONTEXTUL
DEZVOLTĂRII EUROPENE A REPUBLICII MOLDOVA, Teză de doctor în economie
CHIȘINĂU 2015

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie cu 153 de titluri, 12 anexe, 138 de pagini de text de bază, 23 de figuri, 16 tabele și 6 formule. Rezultatele au fost publicate în 10 lucrări științifice, 2 rapoarte naționale, 1 ghid.

Cuvinte-cheie: indicație geografică protejată, denumire de origine protejată, proprietate intelectuală, sistem de calitate, produse regionale, produse cu origine determinată

Domeniul de studiu: managementul proprietății intelectuale.

Scopul lucrării: dezvoltarea bazelor teoretice ale proprietății intelectuale, sinteza curențelor sistemului autohton al indicațiilor geografice și formularea recomandărilor metodice și practice pentru perfecționarea gestiunii sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova.

Obiectivele: a analiza implicațiile economice ale indicațiilor geografice, a sistematiza funcțiile economice, sociale și de mediu ale indicațiilor geografice, a analiza perspectivele și potențialele implicații ale dezvoltării sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova urmare intrării în vigoare a Acordului de instituire a Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător, precum și a Acordului de Asociere între Republica Moldova și Uniunea Europeană, și a elabora recomandări pentru perfecționarea managementului autohton al sistemului indicațiilor geografice.

Noutatea și originalitatea științifică: a fost definită noțiunea de sistem al indicațiilor geografice din punct de vedere economic, a fost argumentat locul și rolul indicațiilor geografice în cadrul altor obiecte ale proprietății intelectuale, au fost sistematizate funcțiile economice, sociale și de mediu ale indicațiilor geografice, au fost elaborate instrumente de evaluare a impactului economic al indicațiilor geografice, au fost sintetizate lacunele sistemului național al indicațiilor geografice și elaborate unele recomandări argumentate menite să asigure gestiunea eficientă a sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova.

Problema științifică importantă soluționată: a fost argumentată încadrarea indicațiilor geografice în categoria obiectelor de proprietate intelectuală, a fost definită noțiunea de sistem al indicațiilor geografice din punct de vedere economic, au fost sistematizate funcțiile socio-economice ale indicațiilor geografice, au fost identificate punctele vulnerabile ale sistemului național de indicații geografice și elaborat un set de instrumente pentru depășirea acestora, ceea ce a determinat soluționarea unei probleme importante – valorificarea potențialului produselor autohtone pe piața internă și pe piețele externe, trasate în Strategia națională în domeniul proprietății intelectuale până în anul 2020 și Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural din Moldova 2014 – 2020.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă a cercetării: în baza analizei curențelor și a potențialului sistemului indicațiilor geografice din R. Moldova, a fost argumentată abordarea conceptuală, propuse direcțiile prioritare și mecanismele pentru perfecționarea managementului sistemului IG, ceea ce creează baza pentru edificarea unui sistem al indicațiilor geografice puternic și consolidat.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele principale ale tezei au fost implementate în cadrul elaborării Legii nr. 66/2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate și Hotărârii de Guvern nr. 610/2010 pentru aprobarea Regulamentului privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate. Alte rezultate, urmează a fi implementate pe parcursul următorilor ani prin modificarea actelor legislative din domeniul de referință și prin înregistrarea unor indicații geografice noi urmare consultațiilor și ghidărilor acordate de autor reprezentanților mediului privat. Implementarea rezultatelor obținute sunt confirmate prin obținerea certificatelor de implementare eliberate de Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, proiectul Competitiveness Enhancement and Enterprise Development II și Asociația producătorilor de pomușoare "Bacifera".

Аннотация

Могол Наталья

Использование системы охраны географических указаний в контексте европейского вектора развития Республики Молдова, Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук

Кишинэу, 2015 г.

Структура диссертации: введение, три главы, выводы и рекомендации, список литературы со 153 источниками, 12 приложений, 138 страниц основного текста, 23 рисунка, 16 таблиц и 6 формул. Результаты были опубликованы в 10 научных работах, 2 национальных докладах, 1 руководстве.

Ключевые слова: охраняемое географическое указание, охраняемое наименование места происхождения, интеллектуальная собственность, система качества, региональные продукты, продукты, имеющие определенное происхождение

Область исследования: менеджмент интеллектуальной собственности.

Цель диссертационного исследования: развитие теоретических основ интеллектуальной собственности, обобщение недостатков отечественной системы охраны географических указаний и выработка методических и практических рекомендаций по совершенствованию управления системой охраны географических указаний Республики Молдова.

Задачи: провести анализ экономического значения географических указаний, систематизировать экономические, социальные и экологические функции географических указаний, провести оценку потенциальных последствий и перспектив развития системы географических указаний в Республике Молдова после вступления в силу Соглашения о создании Углубленной и всеобъемлющей зоны свободной торговли, а также Соглашения об ассоциации между Республикой Молдова и Европейским Союзом, выработать рекомендации по совершенствованию менеджмента отечественной системы охраны географических указаний.

Научная новизна: было определено понятие системы географических указаний с экономической точки зрения, были обоснованы место и роль географических указаний среди других объектов интеллектуальной собственности, были систематизированы экономические, социальные и экологические функции географических указаний, были разработаны инструменты оценки экономического воздействия географических указаний, были систематизированы недоработки национальной системы охраны географических указаний и выработаны обоснованные рекомендации, направленные на обеспечение эффективного управления системой географических указаний Республики Молдова.

Разрешенная научная проблема: обосновано отнесение географических указаний к категории объектов интеллектуальной собственности, было определено понятие системы географических указаний с экономической точки зрения, систематизированы социально-экономические и экологические функции географических указаний, выявлены слабые стороны национальной системы охраны географических указаний и разработан целый комплекс инструментов для преодоления данных недостатков, что способствовало решению следующей важной научной проблемы, обозначенной в Национальной стратегии в области интеллектуальной собственности до 2020 года и в Стратегии развития сельского хозяйства и сельской местности на 2014-2020 годы, а именно – освоение потенциала отечественных товаров на внутреннем и внешних рынках.

Теоретическая и практическая значимость исследования: на основе анализа недостатков и оценки потенциала системы охраны географических указаний Республики Молдова обоснован концептуальный подход, предложены приоритетные направления и механизмы совершенствования менеджмента системы охраны географических указаний, что обеспечивает основу для создания мощной и консолидированной системы охраны географических указаний.

Внедрение научных результатов. Основные результаты диссертации были внедрены в рамках разработки Закона № 66/2008 об охране географических указаний, наименований мест происхождения и гарантированных традиционных продуктов и Постановления Правительства № 610/2010 об утверждении Положения о процедуре подачи, экспертизы и регистрации географических указаний, наименований мест происхождения и гарантированных традиционных продуктов. Другие результаты предстоит внедрить в течение последующих лет путем внесения изменений в законодательные акты в соответствующей области и регистрации новых географических указаний после консультаций и рекомендаций, предоставленных автором представителям частного сектора. Внедрение полученных результатов подтверждается полученными свидетельствами, удостоверяющими такое внедрение, выданными Государственным агентством по интеллектуальной собственности, проектом «Competitiveness Enhancement and Enterprise Development II» и Ассоциацией производителей ягод «Bacifera».

ANNOTATION
MOGOL NATALIA
**EXPLOITATION OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS SYSTEM IN THE CONTEXT
OF EUROPEAN VECTOR OF DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA,**
Doctoral Thesis in Economics
CHISINAU 2015

Thesis structure: introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography of 153 titles, 12 annexes, 138 basic text pages, 23 figures, 16 tables and 6 formulas. The results were published in 10 scientific papers, 2 national reports, and 1 guide.

Keywords: protected geographical indication, protected appellation of origin, intellectual property, quality system, regional products, products with determined origin

Study field: management of intellectual property.

Aim of the work: development of theoretical foundations of intellectual property, synthesis of deficiencies of the national system of geographical indications and formulation of methodical and practical recommendations for improving the management of geographical indications system in the Republic of Moldova.

Objectives: to analyze the economic implications of geographical indications, to systematize the economic, social and environmental functions of geographical indications, to analyze the potential implications of development of the geographical indications system in the Republic of Moldova following the entry into force of the Agreement on the establishment of the Deep and Comprehensive Free Trade Area and the Association Agreement between the Republic of Moldova and the European Union and to develop recommendations for improving the local management of geographical indications system.

Novelty and scientific originality: the notion of geographical indications system from the economic point of view was defined, the place and role of geographical indications within other objects of intellectual property was established and reasoned, the economic, social and environmental functions of geographical indications were systemized, some tools to assess the economic impact of geographical indications was developed, the gaps of the national system of geographical indications have been synthesized and well-reasoned recommendations aimed at ensuring the efficient management of the geographical indications system in the Republic of Moldova was developed.

Important results for science and practice: it was reasoned the attribution of geographical indications to the category of intellectual property objects, the notion of geographical indications system from the economic point of view was defined, there were systematized the socioeconomic functions of geographical indications, were identified the weaknesses of the national system of geographical indications and developed a set of tools to overcome them, which caused the solution of a major applicative problem – exploitation of the potential of local products on domestic market and foreign markets outlined in the National Intellectual Property Strategy until 2020 and the Strategy for Agriculture and Rural Environment Development in Moldova 2014 – 2020.

Theoretical importance and applicative value of the research: on the basis of the analysis of deficiencies of the geographical indications system and of the potential of geographical indications system in the Republic of Moldova, it was reasoned the conceptual approach, proposed the priority directions and mechanisms to improve the management of geographical indications system which creates the basis for building a strong and strengthened geographical indications system.

Implementation of scientific results. The main results of the thesis were implemented in Law No. 66/2008 on the Protection of Geographical Indications, Appellations of Origin and Traditional Specialties Guaranteed and Government Decision No. 610/2010 approving the Regulations on the Procedure of Filing, Examination and Registration of Geographical Indications, Appellations of Origin and Traditional Specialties Guaranteed. Other results are to be implemented over the coming years by amending the legislative acts in the reference field and by registering new geographical indications following the consultations and guidance given by the author to representatives of private environment. Implementation of the achieved results is confirmed by the obtaining of implementation certificates issued by the State Agency on Intellectual Property, Competitiveness Enhancement and Enterprise Development II Project and Berry Producers Association “Bacifera”.

Lista abrevierilor

AGEPI – Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală
ANSA – Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor
APC – Acordul de Parteneriat și Cooperare dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană
AȘM – Academia de Științe a Moldovei
BI – Biroul Internațional al OMPI
CE – Consiliul UE
CNPI – Comisia Națională de Proprietate Intelectuală
CNVCPA - Centrul Național de Verificare a Calității Producției Alcoolice
CSI – Comunitatea Statelor Independente
DO – denumire de origine
DOP – denumire de origine protejată
IG – indicație geografică
IGP – indicație geografică protejată
INAO – Institutul Național al Originii și Calității (Franța)
ISSPA – Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Producției Alcoolice
MAIA – Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare
MDL – leu moldovenesc
OHIM – Oficiul de armonizare a pieței interne
OMC – Organizația Mondială a Comerțului
OMPI – Organizația Mondială pentru Proprietate Intelectuală
PCT – Tratatul de cooperare în domeniul brevetelor
PLT – Tratatul privind legislația în domeniul brevetelor
SNPI – Strategia Națională de Proprietate Intelectuală
STG – specialitate tradițională garantată
Strategia NDR – Strategia Națională de Dezvoltare Regională
TLT – Tratatul privind legislația în domeniul mărcilor
TRIPS – Acordul privind drepturile de proprietate intelectuală legate de comerț
UE – Uniunea Europeană
USPTO – Oficiul Statelor Unite ale Americii pentru Invenții și Mărci
ZLSAC - Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană

Introducere

Actualitatea și importanța problemei abordate. În epoca globalizării, consumatorii din întreaga lume tot mai mult apreciază produsele agricole cu origine determinată. Acest lucru rezultă din faptul că produsele agricole poartă o amprentă evidentă a arealului și condițiilor din care provin, și implicit a practicilor cizelate de-a lungul timpului.

Clima, solul și oamenii influențează calitatea unui produs agricol în așa măsură, încât acesta să fie evident diferit față de alte produse din aceeași categorie. În Uniunea Europeană acest lucru a fost conștientizat de mai mult timp alături de faptul că prin comercializarea unor produse tipice care cu nimic nu se evidențiază în multitudinea de produse de același tip nu se pot crea premisele necesare dezvoltării durabile. În acest context, preluând cele mai bune practici naționale (Franța, Italia, Portugalia), la nivel comunitar a fost instituit sistemul de protecție a indicațiilor geografice (IG). Acest sistem presupune protecția unor denumiri geografice utilizate la identificarea anumitor produse a căror calitate este influențată de proveniența lor geografică. În același timp, sistemul de protecție a indicațiilor geografice nu se rezumă la o simplă înregistrare a unor denumiri, ci înglobează în sine o întreagă filozofie axată pe valorificarea potențialului produselor cu origine determinată.

Încă de la mijlocul secolului trecut la nivel comunitar a fost acceptat faptul că produsele cu origine determinată constituie acei piloni de bază necesari pentru a asigura dezvoltarea durabilă a regiunilor, în special a celor dezavantajate. Numeroase studii efectuate la nivel comunitar, dar nu numai, au demonstrat că un produs cu indicație geografică protejată poate avea efecte pozitive asupra dezvoltării economice durabile a teritoriilor, asupra dezvoltării socio-culturale regionale precum și asupra preservării mediului.

Din punct de vedere economic un produs cu indicație geografică poate spori veniturile producătorilor, fapt care ridică nivelul de trai a acestora, ceea ce are un efect dinamic pozitiv asupra dezvoltării regiunii în general.

Din punct de vedere socio-cultural produsele cu indicație geografică contribuie la consolidarea producătorilor dintr-o anumită regiune (acestea trebuie să negocieze caietul de sarcini, trebuie să depună în comun eforturile necesare pentru obținerea protecției, promovarea, asigurarea respectării drepturilor etc. De asemenea, din punct de vedere socio-cultural, produsele cu indicație geografică contribuie la valorificarea cunoștințelor tradiționale și la sporirea sentimentului de demnitate datorate apartenenței la un anumit grup, la o anumită cultură, la un anumit fel de a organiza lucrurile.

Din punct de vedere al preservării mediului, producerea unui produs cu indicație geografică protejată este efectuată, de regulă, fără utilizarea unor procese tehnologizate astfel încât este evitată poluarea mediului și iar resursele sunt utilizate într-un mod corect și econom.

Conștientizând aceste fapte la nivel comunitar a fost dezvoltat și perfecționat continuu sistemul de protecție și promovare a indicațiilor geografice. Astfel încât în anul 2010 totalul exporturilor produselor cu indicație geografică protejată a constituit 11,5 mlrd. Euro ceea ce constituia 15% din totalul exporturilor Uniunii Europene în domeniul agro-alimentar. [138]

În același timp o atenție deosebită a început să fie acordată valorificării produselor cu indicație geografică protejată și de către alte state decât cele europene, astfel sistemul indicațiilor geografice este pe larg promovat în India, China, Mexic, Columbia, Peru, Georgia etc.

Dat fiind faptul că nu există încă la nivel internațional un sistem juridic armonizat sau cât de cât uniformizat iar gradul de dezvoltare a diferitor sisteme juridice naționale diferă, protecția indicațiilor geografice încă mai rămâne a fi un subiect destul de complicat. Cu toate acestea țările care s-au familiarizat cu oportunitățile oferite de indicațiile geografice în sensul promovării produselor, lărgirii piețelor, garantării calității pentru consumatori încearcă prin orice metode accesibile să protejeze acele produse care grație originii geografice posedă anumite calități deosebite ce sunt sau pot fi apreciate de către consumatori.

Sistemul indicațiilor geografice este abordat în lucrările mai multor economiști și juriști străini renumiți din domeniu cum ar fi: G. Belletti, A. Marescotti, B. O'Connor, S. Landon, C.E. Smith, M. Olsen, S. Scaramuzzi, Dw. Rangnekar, L. Schüßler etc. În Republica Moldova problema indicațiilor geografice a fost abordată în special de către specialiștii din domeniul proprietății intelectuale S. Munteanu, A. Moisei, Iu. Badâr, V. Jalbă lucrările cărora au fost studiate în vederea elaborării prezentei teze. Latura economică a sistemului indicațiilor geografice încă nu a fost analizată minuțios în Republica Moldova, acest lucru se datorează în mare parte domeniului destul de specific despre care vorbim, dar și faptului că pentru țara noastră problema dezvoltării sistemului indicațiilor geografice este destul de nouă.

Așadar, deși mai multe state au conștientizat importanța economică și potențialul indicațiilor geografice și valorifica pe deplin avantajele oferite de acest sistem, în Republica Moldova sistemul indicațiilor geografice încă nu a prins rădăcini, necătând la imensul potențial al țării noastre în acest domeniu. Acest lucru este cu atât mai greu de înțeles cu cât piața comunitară spre care tindem atât de mult este mai mult decât pregătită pentru a absorbi produse cu indicație geografică protejată. Unele dintre cauzele lipsei de popularitate și impedimentele de care se ciocnește sistemul indicațiilor geografice în țara noastră sunt elucidate în prezenta lucrare.

Scopul și obiectivele cercetării

Scopul cercetării rezidă în dezvoltarea bazelor teoretice ale proprietății intelectuale, în sinteza curențelor sistemului autohton al indicațiilor geografice și formularea recomandărilor metodice și practice pentru perfecționarea gestiunii sistemului IG din Republica Moldova.

Pentru realizarea acestui scop au fost stabilite următoarele **obiective**:

- analiza implicațiilor economice ale indicațiilor geografice;
- sistematizarea funcțiilor economice, sociale și de mediu ale IG;
- analiza experienței internaționale în acest domeniu în vederea preluării celor mai bune practici;
- prezentarea unui tablou complex asupra situației în care se află la moment sistemul indicațiilor geografice din Republica Moldova;
- estimarea perspectivelor și potențialelor implicații ale dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova urmare intrării în vigoare a Acordului de instituire a Zonei de Liber schimb Aprofundat și Cuprinzător, precum și a Acordului de Asociere între Republica Moldova și Uniunea Europeană;
- elaborarea recomandărilor pentru perfecționarea managementului autohton al sistemului IG.

Investigațiile se întemeiază pe un sistem complex de metode de cercetare, inclusiv: analiza și sinteza, inducția și deducția, cu aplicarea datelor statistice și a sondajelor sociologice. Totodată, sunt utilizate metodele calitative de diagnosticare: compararea, gruparea și descompunerea.

Pentru aplicarea în practică a acestor metode, în derularea cercetării s-a apelat la pachetele software: Microsoft Office Excel – pentru foi de calcul tabelar, Microsoft Word – pentru redarea formulelor elaborate, Programul Firebird – pentru crearea bazei de date necesare procesării rezultatelor sondajului de opinie.

Suportul informațional al cercetării este constituit din: baze de date statistice ale BNS și AGEPI ale RM; baze de date statistice OMPI, USPTO, INAO, OHIM, etc.; datele proprii, obținute în urma realizării sondajului de opinie în rândul consumatorilor. De asemenea, s-au utilizat un șir de documente oficiale, atât naționale, cât și internaționale (convenții, aranjamente, tratate - internaționale și regionale la care RM este parte, un șir de legi, acte normative, hotărâri de guvern ale RM), rapoartele anuale ale AGEPI, OMPI, USPTO, INAO (2006-2014), rapoarte de cercetare realizate în cadrul a unor proiecte internaționale.

Noutatea și originalitatea științifică a rezultatelor obținute se exprimă prin următoarele:

- 1) A fost definită din punct de vedere economic noțiunea de sistem al indicațiilor geografice;
- 2) A fost argumentat locul și rolul IG în cadrul altor obiecte ale proprietății intelectuale;

- 3) Au fost sistematizate funcțiile economice, sociale și de mediu ale indicațiilor geografice;
- 4) Au fost elaborate instrumente de evaluare a impactului economic al IG;
- 5) Au fost sintetizate lacunele sistemului național al indicațiilor geografice;
- 6) Au fost elaborate unele recomandări argumentate menite să asigure gestiunea eficientă a sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova.

Problema științifică soluționată rezidă în argumentarea încadrării IG în categoria obiectelor de proprietate intelectuală, definirea noțiunii de sistem al indicațiilor geografice din punct de vedere economic, sistematizarea funcțiilor socio-economice ale IG, identificarea punctelor vulnerabile ale sistemului național de indicații geografice și elaborarea unui set de instrumente pentru depășirea acestora, ceea ce va contribui la soluționarea unei probleme importante – valorificarea potențialului produselor autohtone pe piața internă și pe piețele externe, trasate în Strategia națională în domeniul proprietății intelectuale până în anul 2020 și Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural din Moldova 2014 – 2020.

Semnificația teoretică a tezei constă în abordarea complexă, multilaterală și interdisciplinară a problematicii indicațiilor geografice și gestiunii acestora, subiect insuficient cercetat în Republica Moldova.

Valoarea aplicativă a lucrării constă în oferirea unui tablou detaliat și obiectiv al derulării procesului de constituire a sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova. Acest lucru permite o evaluare corectă a perspectivelor acestuia, dar și o poziționare corectă în sensul delimitării problemelor economice, instituționale și curențelor legislative. Concomitent, în teză sunt oferite unele recomandări menite să contribuie la edificarea unui sistem de protecție a indicațiilor geografice eficient și consolidat, iar acest lucru, la rândul său, va conduce la valorificarea, diferențierea și promovarea produselor, în special a celor agroalimentare, la diversificarea piețelor de export și, nu în ultimul rând, la îmbunătățirea reputației produselor moldovenești în țară și peste hotare.

Rezultatele științifice principale înaintate spre susținere:

- argumentarea încadrării indicațiilor geografice în categoria obiectelor de proprietate intelectuală și elaborarea definiției de „sistem al indicațiilor geografice” prin prisma economică;
- sistematizarea funcțiilor socio-economice ale indicațiilor geografice;
- identificarea lacunelor legislative, administrative și instituționale ale funcționării sistemului autohton al indicațiilor geografice;
- elaborarea unor recomandări argumentate menite să eficientizeze valorificarea sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova.

Implementarea rezultatelor științifice obținute este confirmată prin obținerea certificatelor de implementare eliberate de Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, proiectul Competitiveness Enhancement and Enterprise Development II și Asociația producătorilor de pomușoare "Bacifera".

Aprobarea rezultatelor tezei. Rezultatele principale ale tezei au fost implementate în cadrul elaborării Legii nr. 66/2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate și Hotărârii de Guvern nr. 610/2010 pentru aprobarea Regulamentului privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate. Alte rezultate urmează a fi implementate pe parcursul următorilor ani prin promovarea modificării actelor legislative din domeniul de referință și prin înregistrarea unor indicații geografice noi urmare consultațiilor și ghidărilor acordate de autor reprezentanților mediului privat.

Publicații. Ideile fundamentale ale tezei au fost publicate în 10 lucrări științifice cu un volum de 3,7 c.a.

Volumul și structura tezei. Teza cuprinde adnotarea în trei limbi (română, engleză și rusă), introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie cu 153 de titluri, 12 anexe, 138 de pagini de text de bază, 23 de figuri, 16 tabele și 6 formule.

Cuvinte-cheie: indicație geografică protejată, denumire de origine protejată, proprietate intelectuală, sistem de calitate, produse regionale, produse cu origine determinată

Introducerea cuprinde justificarea actualității și importanței temei alese, formularea scopului și obiectivelor, determinarea gradului de noutate științifică, evidențierea semnificației teoretice și valorii aplicative, precum și prezentarea aprobării rezultatelor lucrării.

În **capitolul 1** intitulat "Abordări teoretice și practice privind sistemul indicațiilor geografice în condițiile economiei de piață" este prezentată evoluția istorică a conceptului de indicație geografică, conturarea juridică a acestui concept și recunoașterea internațională a indicațiilor geografice în calitate de obiect de proprietate intelectuală. De asemenea, în capitolul 1 este analizată suprapunerea conceptului de indicație geografică cu alte obiecte de proprietate intelectuală și locul acestui sistem complex de protecție în reglementarea juridică a raporturilor economice între producători, consumatori și stat. De asemenea în capitolul 1 este definită noțiunea de "sistem al indicațiilor geografice" fiind prezentată o sinteză a multiplelor avantaje oferite de acesta. În plus, în capitolul 1 sunt prezentate succint metodele și abordările moderne privind evaluarea impactului economic și social al introducerii sistemului indicațiilor geografice la nivel micro și macro. Iar pentru a avea un tablou cât mai complet în privința impactului economic și al implicațiilor pe care le poate avea dezvoltarea sistemului indicațiilor

geografice asupra dezvoltării economice a unei țări, în capitolul 1 este prezentată și o analiză a experiențelor naționale și regionale privind valorificarea indicațiilor geografice, în special a fost prezentată experiența Franței, Statelor Unite ale Americii, Indiei precum și experiența Uniunii Europene în acest sens.

Capitolul 2 este intitulat "Diagnosticarea stării actuale și tendințele dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova". În acest capitol este prezentată evoluția dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în țara noastră. În special, în paragraful 1 al acestui capitol sunt redată etapele constituirii cadrului normativ național, inclusiv aderarea la diverse tratate internaționale în domeniu, după care este prezentat cadrul instituțional actual instituit în baza cadrului legal în vigoare. De asemenea, în capitolul 2 este prezentată o privire de ansamblu asupra procedurilor de asigurare a protecției unei indicații geografice fiind analizate și tendințele de dezvoltare a pieței produselor cu indicații geografice protejate în Republica Moldova. Dată fiind interconexiunea indicațiilor geografice cu diverse domenii de activitate economică, socială, culturală, urmare intrării în vigoare a Acordului de instituire a Zonei de Liber schimb Aprofundat și Comprehensiv între Republica Moldova și Uniunea Europeană dar și reieșind din necesitatea planificării dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova în paragraful 3 al capitolului 2 este prezentată o privire de ansamblu asupra documentelor de politici pe domenii tangențiale în vederea stabilirii locului acordat indicațiilor geografice în diverse strategii și planuri naționale.

După o analiză minuțioasă a stării actuale în care se află sistemul indicațiilor geografice în Republica Moldova, în **capitolul 3** intitulat "Perfecționarea procesului de valorificare a indicațiilor geografice" este prezentată o analiză a perspectivelor sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova dar și a acțiunilor ce urmează a fi întreprinse și a schimbărilor ce urmează a fi implementate în vederea perfecționării procesului de valorificare a indicațiilor geografice. Pentru a avea o abordare cât mai realistă a perspectivelor pe care le are sistemul indicațiilor geografice în Republica Moldova autorul a realizat un sondaj de opinie în rândul consumatorilor din Republica Moldova. Metoda utilizată a fost ancheta sociologică pe un eșantion reprezentativ. În urma acestui sondaj a devenit clar că produsele cu indicație geografică protejată au un mare potențial în Republica Moldova, iar acest fapt a servit drept bază pentru fundamentarea modificărilor ce urmează a fi operate în vederea activizării procesului de valorificare a produselor cu indicație geografică protejată.

Concluziile și recomandările tezei sistematizează aspectele centrale ale rezultatelor obținute și oferă recomandări argumentate ce urmează a fi implementate la nivel normativ și instituțional în vederea edificării unui sistem național al indicațiilor geografice consolidat și conform cerințelor reale ale pieței.

1. Abordări teoretice și practice privind sistemul indicațiilor geografice în condițiile economiei de piață

1.1. Indicațiile geografice ca obiect al proprietății intelectuale

Indicațiile geografice reprezintă unul dintre cele mai puțin valorificate obiecte de proprietate intelectuală. În ultimele decenii însă, în special după încheierea în 1994 a Acordului privind aspectele proprietății intelectuale legate de comerț (în continuare Acordul TRIPS), se înregistrează o creștere a interesului mai multor state pentru sistemul de protecție a indicațiilor geografice. Acest interes se datorează în mare parte efectelor economice palpabile pe care le au indicațiile geografice în comerțul cu produse agricole și manufacturate.

Potrivit unui studiu realizat la nivel comunitar [138]:

- *în anul 2010, produsele cu indicații geografice au constituit 5,7% (54,3 mlrd. Euro) din totalul produselor agro-alimentare produse în cele 27 țări ale UE;*

- *comerțul cu produse purtând IG a crescut cu 12% din 2005 până în 2010, ținând cont de rata inflației creșterea efectivă a constituit 1,6%;*

- *produsele care poartă IG sunt vândute la un preț ce depășește uneori de 2,23 ori prețul aceluiași produs care însă nu beneficiază de IG (aici important este de menționat că această cifră nu reflectă profiturile realizate de producători deoarece adesea un produs cu IG implică și cheltuieli mai mari decât un produs fără IG)*

- *în 2010 totalul exporturilor produselor cu IG a constituit 11,5 mlrd. Euro ceea ce constituie 15% din totalul exporturilor Uniunii Europene în domeniul agro-alimentar*

- *aproximativ 87% din vinurile și 64% din băuturile alcoolice tari exportate de Uniunea Europeană poartă IG*

Interesul major în dezvoltarea și promovarea indicațiilor geografice rezultă din faptul că indicațiile geografice au un important rol economic și reprezintă valoroase instrumente al marketingului în economia globală. Totodată, după cum menționa dr. S. Munteanu, de IG sunt legate și probleme majore, deoarece nici un alt obiect de proprietate intelectuală nu este atât de complex, atât de ancorat și implicat în economia și politica mondială ca indicațiile geografice [44].

Vorbind despre evoluția istorică a conceptului de indicație geografică putem afirma că indicațiile geografice erau utilizate încă din antichitate pentru a diferenția produsele și a indica concomitent proveniența acestora. Astfel, una dintre cele mai vechi indicații geografice CHIOS, utilizate pentru a identifica vinuri roșii provenite din insula Chios, Grecia, datează cu secolul V î.Hr. Vinul provenit din insula greacă Chios a fost printre cele mai apreciate vinuri din antichitate, și, conform memoriilor lui Theopompus și mitologiei grecești a fost primul vin roșu, numit mai târziu "vin negru". Vinul din Chios a fost exportat începând cu sec V î.Hr., în cantități

mari, către Atena, fapt atestat prin numărul mare de amfore marcate cu denumirea Chios descoperite în rezultatul cercetărilor arheologice moderne. Mai târziu vinul Chios a fost caracterizat de Plutarh și Athenaios ca un vin de lux, foarte costisitor, 2 drahme per amforă, comparativ cu aproximativ 2-10 obols per amforă pentru un vin local (1 dragma = 6 obols). Înainte de sec. I D.Hr, vinul din Chios se număra printre vinurile de lux în Roma. Acesta era în principal prescris în cantități mici în scopuri medicale, cum se întâmpla adesea cu mâncarea și băutura rare, și era considerat un lux extrem.

Cu toate că erau valorificate din punct de vedere economic, conturarea juridică a conceptului de indicație geografică în sensul actual al acestuia a început abia la sfârșitul secolului XIX în unele țări europene (Portugalia, Franța, Italia) și s-a definitivat la începutul secolului XX în Franța. Aname în Franța a apărut pentru prima dată conceptul de produs cu origine și calitate garantată [77, 78] (vom detalia acest subiect în capitolele următoare), iar deoarece sistemul indicațiilor geografice s-a dovedit a fi unul de succes, foarte curând și alte state europene și-au orientat politicile, în special cele agricole și alimentare spre valorificarea indicațiilor geografice. Astfel încât în 2010 în spațiul comunitar erau protejate 2768 de IG provenite din statele membre (vezi anexa 1), iar în 2014 numărul acestora a depășit cifra de 3500 de IG.

În același timp nu putem să nu menționăm că există și state care nu au acceptat politica de recunoaștere a unui sistem al indicațiilor geografice *sui generis* recurgând la protecția acestora prin alte legi (în special în calitate de mărci colective sau de certificare) sau prin acte privind reprimarea concurenței neloiale. Printre statele cu un sistem indirect de protecție a indicațiilor geografice se numără Statele Unite ale Americii, Noua Zeelandă, Australia.

Necâtând, însă la diferențele de definire juridică a indicațiilor geografice cert este că și țările care nu recunosc indicațiile geografice printr-un sistem *sui generis*, valorifică din plin atu-urile pe care le oferă acestea, spre exemplu în SUA sunt protejate în calitate de mărci de certificare/colective asemenea indicații geografice precum Florida pentru portocale, Idaho pentru cartofi sau Napa pentru vinuri provenite din Napa Valley, California, Australia de asemenea promovează pe larg vinul de Australia.

Dacă este să vorbim despre o recunoaștere internațională a indicațiilor geografice în calitate de drept de proprietate intelectuală primele tentative în acest sens au fost făcute încă la sfârșitul secolului XIX și anume în anul 1883, când la încheierea Convenției de la Paris privind Protecția Proprietății Industriale (în continuare Convenția de la Paris), negociatorii, adunați în primul rând pentru a conferi o protecție provizorie invențiilor expuse în cadrul expozițiilor internaționale au abordat și subiectul indicațiilor de proveniență [30, 131, 133].

Art. 1(2) al Convenției:

Protecția proprietății industriale are ca obiect brevetele de invenție, modelele de utilitate, desenele și modelele industriale, mărcile de fabrică sau de comerț, mărcile de serviciu, numele comercial și indicațiile de proveniență sau denumirile de origine, precum și reprimarea concurenței neloiale [116].

Astfel, în Convenția de la Paris pentru prima dată indicația de proveniență a fost clar atribuită obiectelor de proprietate industrială.

După încheierea Convenției de la Paris au fost întreprinse numeroase eforturi în vederea creșterii nivelului de protecție multilaterală a indicațiilor de proveniență și denumirilor de origine, care a condus la adoptarea Acordului de la Madrid privind represiunea indicațiilor false sau înșelătoare din 1891 [109], la adoptarea Aranjamentului de la Lisabona privind protecția denumirilor de origine și înregistrarea lor internațională din 1958 (în continuare Aranjamentul de la Lisabona) [104], și la includerea, în Acordul TRIPS [143, 147] a unei secțiuni speciale dedicate indicațiilor geografice.

Deși primele încercări de a conferi o anumită protecție indicațiilor geografice au fost întreprinse la nivel internațional încă în 1883, Convenția de la Paris nu conține o definiție clară a ceea ce constituie o indicație geografică referindu-se doar la prohibiția de a utiliza indicații false sau înșelătoare. Același lucru îl putem spune despre Acordului de la Madrid privind represiunea indicațiilor false sau înșelătoare. Ambele tratate nu se referă expres la indicații geografice operând cu o noțiune mult mai largă și anume cea a indicației de proveniență. Următorul acord internațional care se referă la protecția denumirilor geografice este, după cum menționam mai sus, Aranjamentul de la Lisabona, acesta însă instituie regimul juridic necesar protecției denumirilor de origine (categorie mai specială a indicațiilor geografice (vom detalia ulterior)).

Prima definiție internațională a conceptului de indicație geografică o găsim în Acordul TRIPS la art. 22(1): *Indicațiile geografice sunt, în sensul prezentului Acord, indicațiile care identifică un bun ca fiind originar din teritoriul unui Membru, sau o regiune sau localitate din acest teritoriu, în cazul în care o anumită calitate, reputație sau altă caracteristică a acestuia poate fi atribuită originii sale geografice [143].*

Această definiție dată de Acordul TRIPS este și una dintre cele mai vaste, deoarece nu se rezumă la denumiri geografice ci se referă în egală măsură și la alte forme de exprimare a indicațiilor geografice (imagini, monumente, etc.). Concomitent, definiția dată de TRIPS nu conține careva restricții referitor la procesul de producere sau referitor la proveniența materiilor prime. Conform prevederilor Acordului TRIPS de protecție în calitate de indicație geografică se poate bucura turnul Eiffel pentru produse provenite din Franța, sau statuia Libertății pentru produse de origine americană sau imaginea personajului imaginar Juan Valdez pentru cafea provenită în Columbia.

Vorbind despre reglementarea conceptului de indicație geografică la nivel național menționăm că există legislații care au mers și mai departe, definind noțiunea de indicație geografică mai larg decât o face Acordul TRIPS. Așa, de exemplu Brazilia și Azerbaidjan acordă posibilitatea protecției indicațiilor geografice nu doar pentru produse dar și pentru servicii [134]. Această posibilitate de atribuire a indicațiilor geografice și pentru servicii rezultă în special din realitățile economice ale statelor menționate, spre exemplu în Azerbaidjan există stațiuni balneare unice care întrunesc cerințele unei indicații geografice: există o reputație a locurilor date, există factori naturali specifici și există cunoștințe specifice tradiționale.

Însumând cele relatate mai sus se conturează trei noțiuni cu care operează legiuitorul atât la nivel național cât și la nivel internațional, și anume, indicația de proveniență, indicația geografică și denumirea de origine. Dat fiind faptul că în continuare vom face uz de toate aceste 3 noțiuni este necesară o diferențiere clară a acestora:

Indicația de proveniență – orice semn utilizat pentru a indica direct sau indirect proveniența unui produs fără a fi necesară existența unei legături între calitatea produsului și proveniența sa (ex. Fabricat în Moldova).

Indicația geografică – indicație care identifică un produs ca fiind originar dintr-un anumit teritoriu, sau o regiune sau localitate din acest teritoriu, în cazul în care o anumită calitate, reputație sau altă caracteristică a acestuia poate fi atribuită originii sale geografice (ex. Divin pentru distilat de vin învechit (deși cuvântul Divin nu este o denumire geografică acesta se asociază în mintea consumatorului cu distilat de vin învechit provenit din Republica Moldova și corespunde prevederilor art. 5(3) din Legea nr. 66 din 27 martie 2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate (în continuare Legea 66/2008))).

Denumirea de origine - denumirea geografică a țării, regiunii sau localității utilizată pentru desemnarea produsului provenit din acest teritoriu, calitatea și proprietățile cărui sunt determinate exclusiv sau în mod esențial de mediul geografic, incluzând factorii naturali și umani (ex. Ciumai pentru vinuri roșii de desert).

Pentru a diferenția clar noțiunile în tabelul de mai jos vom delimita asemănările/deosebirile dintre cele trei noțiuni:

Tabelul 1.1. Diferențe între statutul juridic al indicației de proveniență, indicației geografice și denumirii de origine

Indicația de proveniență	Indicația geografică	Denumirea de origine
Indică proveniența produselor		
-	Diferențiază produsele	
-	Garantează o anumită calitate	

-	Calitate, caracteristici, <u>reputație</u> datorate originii geografice	Calitate, caracteristici datorate originii geografice
-	Caracteristicile/reputația <u>pot fi</u> <u>atribuite</u> originii geografice	Calitatea/caracteristicile <u>sunt</u> <u>datorate exclusiv sau în mod</u> <u>esențial</u> originii geografice
-	Materia primă <u>în mare parte</u> trebuie să provină din teritoriul delimitat*	Materia primă <u>integral</u> <u>trebuie</u> să provină din teritoriul delimitat*
Producerea trebuie să aibă loc în teritoriul indicat*	<u>Una dintre etapele</u> producerii trebuie să aibă loc în aria geografică delimitată*	<u>Toate etapele</u> producerii trebuie să aibă loc în aria geografică delimitată*

*Conform cerințelor comunitare, care se regăsesc și în legislația națională.

Sursa: *elaborat de autor în baza [39, 135, 136]*

Relația dintre aceste trei noțiuni înrudite poate fi cel mai ușor prezentată prin figura de mai jos.

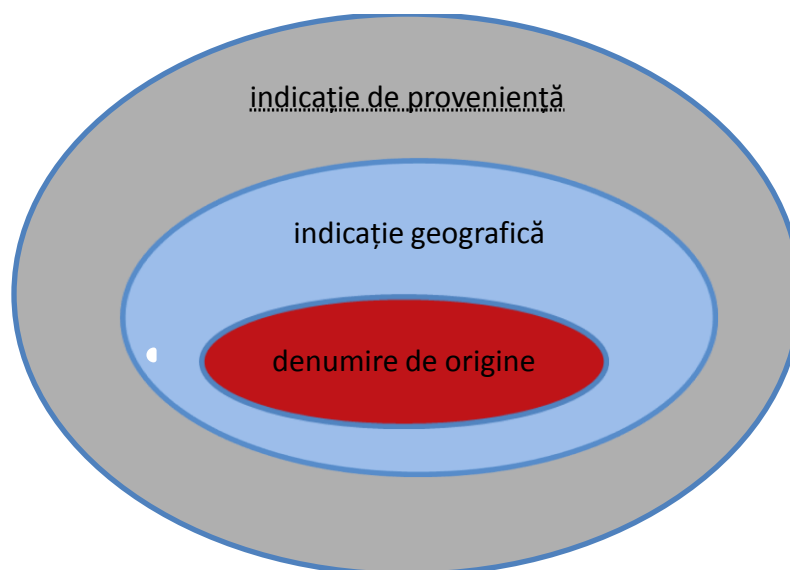


Figura 1.1. Relația între indicația de proveniență, indicația geografică și denumirea de origine

Sursa: *elaborata de autor în baza [39, 135, 136]*

După cum se observă din această figură orice indicație geografică poate fi indicație de proveniență dar numai o parte din indicațiile de proveniență întrunesc criteriile necesare pentru a se califica drept indicații geografice. De asemenea, orice denumire de origine poate fi protejată și ca indicație geografică dar numai o parte dintre indicațiile geografice se pot ridica la rigorile impuse de denumirile de origine.

Subliniem că obiecte ale proprietății intelectuale sunt doar indicația geografică și denumirea de origine, iar dată fiind relația dintre acestea în continuare termenul de indicație geografică (IG) va fi utilizat pentru a ne referi la ambele noțiuni.

Din definițiile enunțate mai sus este clar că atunci când vorbim despre indicații geografice vorbim în primul rând despre un semn utilizat pentru a diferenția un produs, ceea ce face ca indicația geografică să se suprapună cu un alt obiect de proprietate intelectuală, și anume, mărcile.

Ambele obiecte sunt aplicate pe produse, ambele au funcția de diferențiere, ambele au funcția de a indica sursa produsului, totuși, există o mare diferență între indicații geografice și mărci, care trebuie din start subliniate pentru a evita confuziile ulterioare.

Tabelul 1.2. Similitudinile și diferențele dintre indicații geografice și mărci.

Indicația geografică	Marca
În calitate de indicație geografică pot fi protejate doar indicațiile ce creează o asociere cu o anumită proveniență a produselor (denumiri geografice sau negeografice traditional asociate cu o anumită regiune)	În calitate de marcă poate fi protejat orice semn pasibil de reprezentare grafică (culoare, sunet, cuvânt inventat, nume propriu)
Ambele servesc la diferențierea produselor	
Indică proveniența geografică a produsului	Indică cine este producătorul
Garantează direct calitatea. Pentru a utiliza o indicație geografică ești obligat să te conformezi unor reguli stricte de producere înscrise într-un caiet de sarcini.	Garantează indirect calitatea. Garantarea calității în cazul mărcii este lăsată la latitudinea producătorului <i>Excepție constituie mărcile de certificare care în acest aspect sunt similare indicațiilor geografice</i>
Înregistrarea indicației geografice dă naștere unui drept colectiv care presupune doar dreptul de a utiliza indicația protejată și care nu poate fi transmis sub nici o formă (moștenire, licență, cesiune).	Înregistrarea mărcii generează apariția unui drept individual care presupune atât dreptul de a utiliza cât și dreptul de a dispune, dreptul poate fi transmis. <i>Există însă o oarecare apropiere între indicația geografică și marca colectivă, cu toate acestea drepturile conferite nu sunt interșanjabile, fiind diferite în esența sa.</i>

<u>Nu aparține cu drept exclusiv nimănui</u> , orice producător din zona geografică delimitată care se conformează regulilor înscrise în caietul de sarcini poate utiliza indicația geografică protejată.	<u>Aparține cu drept exclusiv titularului/titularilor</u>
<u>Indicațiile geografice înregistrate nu pot deveni generice</u>	<u>Mărcile înregistrate pot deveni generice</u>

Sursa: *elaborat de autor în baza [132, 137]*

Acestea fiind spuse am dori de asemenea să subliniem că cel mai frecvent indicațiile geografice și mărcile nu sunt instrumente concurente în comerț ci din contra - complementare. Acest lucru derivă din specificul indicațiilor geografice și anume că o indicație geografică poate fi utilizată concomitent de mai mulți producători, iar cum este și firesc fiecare producător dorește să se diferențieze folosind în acest scop mărcile. De exemplu denumirea de origine Champagne este utilizată de diferiți producători sub mărcile Veuve Clicquot, Dom Perignon și sub zeci de alte mărci. Comun pentru toate produsele marcate cu denumirea de origine Champagne este originea geografică a materiilor prime și a producerii, producătorul fiind diferit sunt utilizate semne adiționale de diferențiere (mărcile).

O altă interferență care merită a fi menționată este aceea dintre indicație geografică și cunoștințele tradiționale (la baza oricărei indicații geografice stau anumite cunoștințe care s-au acumulat de-a lungul secolelor în anumite regiuni geografice și sunt transmise din generație în generație). În acest fel prin intermediul indicațiilor geografice cunoștințele tradiționale pot fi păstrate și transmise generațiilor următoare [88, 128-130].

De asemenea, indicațiile geografice interferează cu biodiversitățile caracteristice anumitor zone geografice și constituie în anumite cazuri o posibilitate reală de conservare a acestora. Eforturi considerabile sunt întreprinse în ultimii ani de statele în curs de dezvoltare, în special statele africane, precum și cele din America de Sud care luptă pentru a obține o mai bună valorificare a biodiversităților sale pe larg utilizate de către companiile mari străine. (Deseori companii farmaceutice, cosmetice mari procură la un preț mizer plante exotice care cresc în țările subdezvoltate ca ulterior să scoată profituri enorme de pe urma utilizării acestora). Iată că în unele cazuri indicațiile geografice ar putea contribui la soluționarea acestor probleme [96, 110].

După cum se observă din cele enunțate mai sus din punct de vedere juridic indicațiile geografice constituie un obiect complex al proprietății intelectuale având tangențe și cu alte obiecte ale acesteia, cum ar fi mărci, soiuri de plante, cunoștințe tradiționale.

Analizând dimensiunea economică a indicațiilor geografice evidențiem că spre deosebire de alte obiecte de proprietate intelectuală care au la bază principiul dreptului exclusiv

asupra unei noi idei/produs/procedeu, drepturile asupra cărora sunt fundamentate din prisma conceptului de proprietate, în cazul indicațiilor geografice nu putem vorbi despre aceeași abordare. Acest lucru se datorează, în special următoarelor fapte:

- Indicația geografică nu este un produs al creației umane în sensul clasic, deoarece drepturile asupra unei indicații geografice se referă la denumiri geografice existente
- Indicația geografică nu face obiectul unor drepturi exclusive și nu intră de facto în proprietatea persoanelor care inițiază procesul de recunoaștere și protecție asupra indicației geografice.

Totuși, practica economică a confirmat oportunitatea atribuirii indicațiilor geografice la categoria obiectelor de proprietate intelectuală [4].

Raționamentul atribuirii indicațiilor geografice la categoria obiectelor de proprietate intelectuală, în opinia autorului, rezidă, în special, în faptul că indicațiile geografice constituie un instrument intangibil eficient de conservare a patrimoniului cultural regional. În opinia autorului, indicația geografică reprezintă o simbioză a drepturilor de proprietate industrială (în special a mărcilor), a drepturilor de autor și a sistemelor de calitate, iar reieșind din similitudinea funcțiilor îndeplinite de IG cu cele îndeplinite de mărci, precum și din caracterul imaterial al acestora, atribuirea lor la categoria obiectelor de proprietate intelectuală pare a fi mai mult decât fundamentată.

Raționamentul economic al apariției și al prosperării indicațiilor geografice poate fi analizat din perspectiva teoriilor economice ce se referă la valoare.

A) Teoria valoare-munca ce a avut la origine doctrina economică engleză în persoana clasicilor: W. Petty, A. Smith și D. Ricardo - sustine că izvorul valorii îl constituie munca vie interpretată ca o simplă cheltuială de energie fizică și intelectuală. În linii mari aceeași abordare obiectivă o întâlnim în lucrările lui K. Marx. Potrivit acestei doctrine un singur factor de producție, și anume forța de muncă, creează, în anumite domenii de activitate, valoarea economică.

B) Teoria valoare-utilitate se constituie ceva mai târziu, deși unele rădăcini vin din vremuri mai îndepărtate. Ea aparține neoclasticilor care se afirmă la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului XX. Neoclasicismul se detașează de predecesorii lor, clasicii liberali, mai ales prin respingerea vehementă a teoriei obiective a valorii bazată pe muncă și înlocuirea ei cu teoria subiectivă a utilității finale sau marginale. Dintre fondatori se detașează prin contribuția lor substanțială trei europeni și anume: englezul William Stanley Jevons (1835-1882), austriacul Carl Menger (1840-1921) și francezul Leon Walras (1834-1910).

În vederea explicării valorii economice a produselor cu indicație geografică este necesară o abordare unitară a valorii, care să ia în considerare elementele raționale din cele două teorii tradiționale.

Valoarea unui produs cu indicație geografică este determinată atât de factori obiectivi cum ar fi (cheltuieli de resurse, muncă) dar și de factori subiectivi, cum ar fi valoarea atribuită unui bun de către consumator, totuși supra-valoarea produselor cu IG poate fi fundamentată mai degrabă prin teoria neoclasică a valorii-utilitate.

Indicațiile geografice constituie unul dintre cele mai eficiente instrumente de diferențiere a produselor și de garantare a calității și originii acestora, iar prin acest fapt de creare a percepției de utilitate sporită a produselor marcate cu indicații geografice.

În special, supravaloarea unui produs cu indicație geografică se bazează pe următoarele:

- Certitudinea provenienței geografice, a metodelor utilizate și a calității așteptate
- Minimizarea cheltuielilor de tranzacționare datorate recunoașterii produselor cu indicație geografică
- Valoarea sentimentală a apartenenței la un anumit grup social etc.

În așa fel produsele care poartă o indicație geografică au o utilitate mai mare față de alte produse similare menite să satisfacă aceleași nevoi.

În baza materialelor studiate au putut fi definite funcțiile de bază (anexa 2) ale indicațiilor geografice care în pot fi, în opinia autorului, divizate în:

- macroeconomice
- microeconomice.

Funcțiile macroeconomice pot fi divizate la rândul lor în:

- funcții patrimoniale (cu o expresie directă în bani):
 - contribuie la dezvoltarea turismului,
 - ajută la distribuirea mai corectă și echitabilă a veniturilor pe întreg lanțul de producere,
- creează locuri de muncă,
- preîntâmpină exodul rural.
- funcții nepatrimoniale, indicațiile geografice:
 - sunt instrumente eficiente pentru păstrarea tradițiilor locale și a resurselor naturale, deoarece încurajează păstrarea resurselor naturale și preîntâmpină uniformizarea produselor agroalimentare,
 - sunt o parte componentă a culturii noastre,
 - joacă un rol pozitiv în edificarea identității naționale.

Funcțiile microeconomice:

- pentru producători indicațiile geografice sunt instrumente eficiente de:
 - diferențiere,
 - fidelizare a clientelei,

- obținere de supraprofituri,
- pentru consumatori indicațiile geografice:
- îndeplinesc funcția de informare,
- constituie un ghid - oferă consumatorilor posibilitatea de a se orienta rapid în multitudinea de produse cu destinații similare,
- sunt un garant real și eficient al calității

În sens economic indicațiile geografice prezintă un instrument complex de valorificare a produselor cu origine garantată care implică antrenarea mai multor factori economici. Potrivit unor autori [95, 121] indicațiile geografice nu pot fi privite decât într-un sistem complex, care poate fi redat printr-un ciclu închis, în care rolul principal le revine producătorilor cointeresați de valorificarea produsului cu origine determinată și calități deosebite, iar rolul de suport pentru întregul sistem inclusiv pentru fiecare etapă îi revine statului.

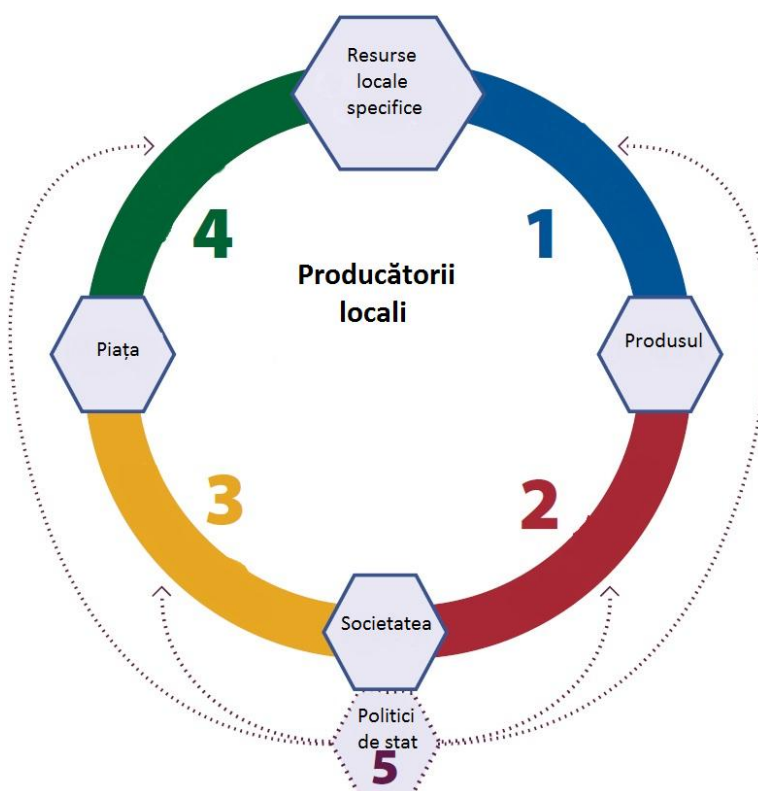


Fig. 1.2. Sistemul indicațiilor geografice

Sursa: adaptată de autor în baza [95]

Etapele principale ale circuitului virtual al sistemului indicațiilor geografice sunt:

- Prima etapă: sensibilizarea populației locale și aprecierea potențialului produsului regional cu calitate determinată
- A doua etapă: calificarea produsului regional care constă în stabilirea regulilor pentru crearea valorii și preservarea resurselor locale

- A treia etapă: sensibilizarea populației asupra avantajelor oferite de produsele cu indicație geografică protejată
- A patra etapă: remunerarea care vine din partea societății urmare comercializării produselor cu origine determinată generează reproducerea produsului cu origine determinată

Statul în tot acest sistem complex are rolul de a susține prin politica promovată fiecare dintre cele 4 etape.

Reieșind din figura prezentată mai sus putem conchide prin a defini *sistemul indicațiilor geografice* ca fiind ansamblul elementelor constitutive - produs, producător, piață, societate, stat - care interacționează între ele în baza unor principii și reguli economice formând un tot întreg, al cărui scop final este valorificarea produselor cu origine determinată și calitate garantată.

Revenind la valoarea economică a indicațiilor geografice protejate susținem că aceasta rezidă și în faptul că drepturile conferite indicațiilor geografice prin înregistrare sunt foarte “puternice”. Astfel, odată înregistrate, indicațiile geografice sînt protejate contra oricărei utilizări comerciale directe sau indirecte a unei denumiri înregistrate pentru produse neacoperite de înregistrare:

- în măsura în care aceste produse sînt comparabile cu cele înregistrate sub această denumire; sau
- în măsura în care această utilizare permite de a profita de reputația denumirii protejate;

De asemenea o indicație geografică înregistrată este protejată împotriva oricărei uzurpări, imitări sau evocări, chiar dacă originea adevărată a produsului este indicată sau dacă denumirea protejată este folosită în traducere ori este însoțită de o expresie, cum ar fi “de genul”, “de tipul”, “de stilul”, “imitație” ori de alte expresii similare, precum și oricărei practici susceptibile să inducă în eroare consumatorul în ceea ce privește originea adevărată a produsului.

În plus, în cazul unei indicații geografice protejate este interzisă utilizarea unor indicații false sau înșelătoare cu privire la proveniența, originea, natura sau calitățile esențiale ale produsului, care figurează pe produs sau pe ambalajul acestuia, în publicitate sau pe documentele aferente produsului respectiv, precum și contra utilizării în calitate de ambalaj a unui recipient de natură să creeze o impresie eronată în privința originii produsului [73, 92, 127];

Foarte important este de asemenea că denumirile protejate nu pot deveni generice.

Sintetizând afirmațiile mai multor autori [42, 44, 69], putem afirma că indicația geografică reprezintă o soluție reală pentru rezolvarea mai multor probleme socio-economice în special:

1) Indicațiile geografice sunt niște instrumente eficiente pentru promovarea dezvoltării rurale deoarece:

✓ ajută producătorii să obțină un supraprofit în schimbul garanției calității (Prețuri înalte sunt obținute de produsele ce poartă denumirea de origine Mozzarella di Bufala Campana în comparație cu alte brânzeturi mozzarella, de denumirea de origine Camembert de Normandie în comparație cu alte brânzeturi Camember, de DO Brie de Meaux și Brie de Melun în comparație cu alte brânzeturi Brie, etc. Prețurile produselor ce poartă DO menționate mai sus sunt cu 35-45% mai mari decât prețurile pentru produse similare, fără DO. În UE, diferența de preț între produsele cu DO și IG și produse similare fără astfel de denumiri este în medie de 10-15% [74, 142]).

✓ ajută la distribuirea mai corectă și echitabilă a veniturilor pe întreg lanțul de producere începând cu producătorii materiilor prime și terminând cu comercianții (producătorii unui cașcaval cu denumire de origine vor fi dispuși să achite cu 15-20% mai mult pentru laptele recoltat conform cerințelor caietului de sarcini pentru denumirea de origine respectivă [69, 76, 77])

✓ valorifică locul de origine al produsului, creează locuri de muncă, preîntâmpină exodul rural (una din cerințele de bază pentru ca o indicație geografică să fie protejată constă în faptul că recoltarea sau producerea, sau prelucrarea trebuie să aibă loc în zona geografică delimitată, care de regulă este o zonă rurală. Astfel sunt create noi locuri de muncă, iar prin acest fapt se preîntâmpină exodul rural [89])

2) IG sunt niște instrumente eficiente de marketing deoarece:

✓ promovează diversificarea produselor (produsele care poartă o indicație geografică diferă esențial de alte produse de același gen, atât prin calitățile sale specifice care sunt datorate provenienței geografice, cât și prin aparența fizică care de obicei este diferită de cea a altor produse. Spre exemplu cașcavalul cu denumire de origine Camembert de Normandie se comercializează într-un recipient din lemn de plop [70,71])

✓ permite producătorilor să comercializeze produse evident diferențiate care sunt destul de ușor de identificat (datorită faptului că aparența fizică a produselor cu indicație geografică este diferită față de alte produse din aceeași categorie, producătorii pot ușor să-și diferențieze produsele) [72]

3) IG sunt instrumente eficiente pentru păstrarea tradițiilor locale și a resurselor naturale, deoarece:

✓ încurajează păstrarea resurselor naturale (cel mai des produsele cu indicație geografică sunt produse tradiționale, care sunt fabricate utilizând resursele naturale caracteristice regiunii geografice, fără a utiliza careva înlocuitori chimici și fără a utiliza metode de producere care influențează negativ asupra mediului) [77]

✓ preîntâmpină uniformizarea produselor agroalimentare (indicațiile geografice permit păstrarea rețetelor tradiționale evitând anumite obligații pe care trebuie să le urmeze în

mod normal producătorii. Spre exemplu în Uniunea Europeană, ca și în Republica Moldova este interzis de a produce cașcaval în încăperi care nu sunt acoperite cu teracotă utilizând alte suprafețe decât cele de inox, cu toate acestea, în cazul în care pentru obținerea unui cașcaval cu indicație geografică este necesar ca întreg procesul tehnologic să aibă loc într-o peșteră a cărei pereți sunt acoperiți cu mușcași, acest lucru este posibil [113])

4) IG sunt o parte componentă a culturii noastre [88]:

✓ contribuie la colaborarea producătorilor locali în vederea soluționării problemelor comune (întreg conceptul de indicație geografică presupune că producătorii dintr-o zonă geografică definită vor face un efort colectiv în vederea valorificării indicației geografice, iar după cum se știe acolo unde sunt mai mulți sunt mai multe șanse de câștig)

✓ joacă un rol pozitiv în edificarea identității naționale, făcându-i pe producători mândri de produsele sale unice tradiționale (de regulă produsele cu indicație geografică sunt produse tradiționale, fabricate conform unor rețete moștenite din strămoși. Acestea fiind promovate noi generații de consumatori pot afla ceva nou despre sine însăși, despre poporul din care fac parte)

✓ influențează pozitiv turismul (produsele cu indicație geografică sunt adevărați ambasadori a culturii noastre, mai mult, pentru cetățeni străini poate prezenta interes cunoașterea tradiției de a face brânză sau de a țese covoare spre exemplu. Astfel, în ultimul timp tot mai populare în întreaga lume devin turneele în cadrul cărora participanților le este oferită posibilitatea de a face cunoștință cu anumite tradiții locale. Spre exemplu în Germania, Franța, Italia, România sunt populare așa-numitele drumuri ale vinurilor, în Italia și Franța de asemenea sunt populare și drumul cașcavalurilor. Mai mult, foarte des în scop de promovare producătorii locali organizează festivaluri, expoziții în aer liber ale produselor cu indicație geografică ceea ce, de asemenea, atrage turiști).

1.2. Metode moderne de evaluare a efectului economic al indicațiilor geografice

Despre importanța economică a indicațiilor geografice s-a vorbit mult, în special în spațiul comunitar. Diverși economiști citați pe parcursul prezentei lucrări dar și persoane publice (Comisarului european pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală, Dacian Cioloș; Directorul General al Organizației Mondiale pentru Proprietatea Intelectuală, Francis Gurry, Director Departament Asistență Juridică în domeniul Mărci și desene Industriale, Marcus Hopperger etc.) s-au expus, din varii motive, în favoarea creării unui sistem de calitate și origine reglementat prin intermediul indicațiilor geografice. Orice afirmație însă este pură demagogie atâta timp cât valoarea economică a indicațiilor geografice nu este confirmată prin date empirice. Anume din această cauză deosebit de importantă devine evaluarea impactului economic real sau potențial al indicațiilor geografice. Dat fiind faptul că problema evaluării impactului indicațiilor geografice nu este una nouă, pe parcursul ultimelor decenii au fost elaborate mai multe recomandări privind

efectuarea evaluărilor impactului economic al indicațiilor geografice. Menționăm la acest capitol lucrarea *Evaluarea indicațiilor geografice: metodologie* realizată de Giovanni Belletti și Andrea Marescotti, în care autorii subliniază că există diferite perspective din care poate fi făcută evaluarea, iar rezultatele obținute vor depinde în mare măsură de perspectiva aleasă [75].

Astfel, potrivit sursei citate, diferiți subiecți sunt interesați în diferite efecte ale indicațiilor geografice. Spre exemplu pentru producători este foarte importantă evaluarea ce are la bază plus valoarea pe care o conferă o indicație geografică produsului, pentru consumatori este importantă economia reală a timpului de tranzacționare datorată siguranței pe care o conferă indicația geografică referitor la calitățile produsului, pentru autoritățile publice este foarte importantă evaluarea din punct de vedere a dezvoltării regionale datorate instituirii sistemului indicațiilor geografice. Concomitent efectele benefice pentru cineva pot fi negative pentru altcineva (creșterea prețului materiei prime este un moment pozitiv pentru agricultori, însă poate avea un impact negativ asupra lucrului procesatorilor).

În funcție de perspectivă, evaluările impactului implementării sistemului de indicații geografice se clasifică în evaluări realizate:

1. Din perspectiva părților interesate:

- ✓ Autorități publice
- ✓ Firme implicate în producerea produsului cu IG sau distribuirea acestuia
- ✓ Populația locală
- ✓ Consumatori

2. Din perspectiva teritorială:

- ✓ Națională
- ✓ Regională
- ✓ Locală

3. Din perspectiva sectorului/tipului activității:

- ✓ Furnizori
- ✓ Agricultori
- ✓ Procesatori
- ✓ Comercianți en gros și cu amănuntul

4. Din perspectiva capitalului influențat:

✓ Capitalul economic (în rețeaua IG și în activitățile economice complementare - turism, comerț, etc.)

✓ Capitalul social (forță de muncă, probleme echitate, inclusiv gen, participarea populației mai puțin favorizate, consolidarea identității sociale, etc.)

✓ Capital de mediu (habitat, biodiversitate, control al apelor, degradarea solurilor, poluare, etc.)

✓ Capital cultural (păstrarea metodelor tradiționale de producere, know-how, păstrarea mǎdului de viață, ocrotirea clădirilor istorice, etc.)

Este foarte important de a lua în calcul aceste perspective deoarece ele orientează de la bun început studiile concentrându-le asupra unui sau altui subiect. Unele întrebări la care este necesar de a se răspunde înainte de lansarea unor cercetări, potrivit studiului citat, sunt:

- Ce actori sunt implicați în procesul de protecție a indicației geografice și în procesul de producere a produselor cu IG. Cine este în drept să-și exprime punctul său de vedere în cadrul evaluării? (identificarea diferitor actori și a punctelor lor de vedere este primul pas în procesul de evaluare)

- Sunt oare în drept toți actorii să participe la procesul de evaluare. Cum diferiți participanți la procesul de valorificare a unei IG se pot integra în procesul de evaluare?

- Sunt oare luate în considerație toate efectele înregistrării unei IG atât cele directe cât și cele indirecte? Spre exemplu efectele înregistrării IG asupra actorilor excluși din procesul de valorificare a acestei IG, influența asupra mediului social și natural și asupra altor produse fără IG.

Pe parcursul ultimilor ani au fost efectuate mai multe studii de evaluare care au avut drept scop principal măsurarea impactului economic și social al implementării sistemului de protecție a indicațiilor geografice. În baza acestor studii realizate atât la nivel național în așa țări ca Franța, Italia, India, cât și la nivel regional – pe piața comunitară, Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale a elaborat în 2009 studiul, *Economia proprietatii intelectuale, Sugestii pentru cercetari ulterioare in tari in curs de dezvoltare si tari cu economii in tranzitie*. Valoarea deosebită a acestei lucrări constă în faptul de a analiza minuțios și a oferi o sistematizare a metodelor moderne de evaluare a impactului economic al indicațiilor geografice. Așa toate metodele de evaluare studiate au fost grupate în 5 categorii. Categorisirea metodelor a fost efectuată după premiza (afirmația) care stă la baza metodei [141].

Clasificarea metodelor de evaluare a impactului economic al indicațiilor geografice **în funcție de premiza care stă la baza acesteia** se prezintă după cum urmează:

1) Metode de evaluare bazate pe premiza existenței unei plus valori datorate reputației

Teoria economică evidențiază rolul pe care îl joacă reputația în atenuarea problemelor asociate asimetriei de informații între producător și consumator. Astfel, potrivit literaturii de specialitate produsele care poartă însemnul originii sale geografice pot beneficia de o plus valoare datorată informației pe care o transmit consumatorului referitor la calitatea precum și la tradiția fabricării acestora.

Deși un număr mare de studii au fost realizate referitor la plus valoarea coferită produsului de reputație în situația în care consumatorii nu au acces deplin la toate informațiile

referitoare la produs, există foarte puține studii care ar conține date empirice în favoarea acestei teorii.

Dintre acestea, un număr și mai mic analizează importanța reputației colective în stabilirea valorii unui produs și în luarea deciziei de cumpărare.

Una dintre lucrările care trebuie menționate la acest capitol este studiul realizat de autorii A. Pacciani, G. Belletti, A. Marescotti și S. Scaramuzzi în 1999 în care autorii au analizat cazul uleiului de măsline extra virgin Toscano [115]. În acest studiu autorii au stabilit rolul limitat pe care îl are reputația individuală a unei firme în comparație cu aportul pe care îl are asupra plus valorii reputația colectivă care a fost edificată odată cu înregistrarea și protecția indicației geografice Toscano pentru uleiul respectiv (potrivit sursei citate uleiul italian Toscano este vândut la o primă de 20%, din momentul când a fost înregistrat în calitate de indicație geografică în 1998).

Un alt studiu care se referă la aportul pe care îl are reputația colectivă asupra creării plus valorii produsului este acela realizat de dr. Stuart Landon and dr. Constance Smith în 1997 [102], în care autorii au analizat mecanismul luării deciziilor de cumpărare de către consumator în baza informațiilor disponibile referitoare la produs. În studiul menționat autorii au utilizat date de pe piața vinurilor cu denumirea de origine Bordeaux.

În urma analizei datelor disponibile referitoare la piața vinurilor cu denumirea de origine Bordeaux autorii ajung la concluzia că mecanismul creării prețurilor pe piața respectivă constă dintr-o combinație a reputației individuale cu reputația colectivă. Iar consumatorul în luarea unei decizii de cumpărare se ghidează mai des de calitatea asociată indicației geografice decât de calitatea reală a produsului.

Rezultatele unui studiu ulterior [103] realizat de către aceiași autori asupra aceleiași piețe indică că prețul la vinurile cu denumirea de origine Bordeaux depinde în mod semnificativ atât de calitatea reală a produsului cât și de calitatea așteptată a acestuia. De remarcat însă este faptul că impactul calității așteptate este de 20 de ori mai mare decât al calității reale. Astfel se conturează rolul important pe care îl are sistemul indicațiilor geografice asupra valorificării produselor.

Mai există și alte studii ce se referă la plus valoarea produselor cu indicație geografică bazată pe reputație, toate acestea însă un punct slab, și anume limitarea eșantionului la 1-2 produse, lipsa datelor empirice concludente, dificultatea separării valorii conferite produsului de indicația geografică de valoarea conferită de alte elemente: marcă comercială, publicitate, calitate reală, etc.

2) Metode de evaluare bazate pe premiza economiei costurilor de tranzacționare

Există o serie de studii care se axează pe analiza diminuării costurilor de tranzacționare datorate indicațiilor geografice. Potrivit acestora datorită informației pe care o oferă, indicațiile

geografice contribuie la economisirea timpului necesar consumatorului pentru achiziționarea unui produs.

În conformitate cu aceste studii, valoarea unei indicații geografice este cu atât mai mare cu cât mai puțin timp este necesar consumatorului în vederea luării deciziei de achiziționare. Concomitent, autorii se pun de acord că valoarea unei indicații geografice este direct proporțională cu gradul de cunoaștere a acesteia, cu gradul de asigurare a calității prin intermediul acesteia (caietul de sarcini), cu trasabilitatea produselor etc.

Printre studiile ce se bazează pe premiza existenței unei valori a indicațiilor geografice rezultată din economia costurilor este de remarcat un studiu realizat în anul 2000 privind factorii-cheie din spatele diferențelor de performanță pe piață bazat pe compararea a 2 denumiri de origine pentru cartofi timpurii din Marea Britanie și Olanda [150].

Acest studiu a arătat că datorită diferențelor în cooperarea și coordonarea lanțurilor de aprovizionare a celor două produse se înscriu diferențe semnificative și la capitolul valorii asociate produselor analizate.

3) Metode de evaluare bazate pe premiza generării bunăstării sociale de către indicațiile geografice

Indicațiile geografice sunt acele mecanisme prin intermediul cărora se crează premisele necesare redistribuirii bunăstării. Prin urmare evaluarea impactului indicațiilor geografice asupra bunăstării reprezintă o zonă critică de cercetare în acest domeniu. O analiză a literaturii indică faptul că diferite studii au încercat să răspundă la întrebarea dacă programele de asigurare și certificare a calității ar îmbunătăți bunăstarea socială. Deși multe dintre acestea nu sunt direct aplicabile indicațiilor geografice, anumite metode propuse pot fi aplicate fructuos într-o analiză a impactului indicațiilor geografice asupra bunăstării.

În studiul *Piete segmentate de etichetari regionale si control al calitatii*, dl prof. Thompson [142] a oferit un cadru metodologic pentru a analiza eficiența programelor regionale de marketing, care include marcarea produselor regionale, precum și asigurarea calității și măsurilor de control.

Obiectivul a fost să modeleze implicațiile economice ale programelor finanțate de stat în vederea asigurării atât a controlului calității la un nivel superior cât și a originii geografice a unui produs agricol. Pentru a evalua efectele unor atare programe, autorii au dezvoltat un model de piață, segmentat potrivit calității produselor și originii lor geografice. Acesta a arătat că impactul prețului asupra produselor de înaltă calitate și asupra celor de joasă calitate depinde în mod crucial de relațiile de substituție dintre piețe și elasticitatea cererii. Studiul a arătat de asemenea că implicațiile pozitive pentru producători într-un program depind de costurile de participare, inclusiv controlul calității și mecanismul de co-finanțare între guvern și producători.

4) Metode de evaluare bazate pe măsurarea dorinței de a plăti pentru indicațiile geografice

Din perspectiva teoriei informației, produsele sunt concepute ca fiind compuse dintr-o serie de indicatori și de informații. Fiecare indicator ajută consumatorii în evaluarea produsului. Indicatorii pot fi clasificați ca fiind extrinseci sau intrinseci [93]. Indicatorii intrinseci se referă la caracteristici cum ar fi caracteristicile fizice ale produsului (forma, marimea, etc.) în timp ce indicatorii extrinseci, deși legați de produs, nu fac parte din descrierea fizică a acestuia (preț, marcă comercială, regiune de origine).

Tot mai multă atenție în literatura de marketing este atrasă efectelor pe care o au țara sau regiunea de origine a produselor alimentare asupra modului în care consumatorii percep produsele. Mai multe studii subliniază rolul originii geografice ca indicator al calității. Conform acestor studii, regiunea de origine are un impact indirect asupra preferințelor consumatorilor care percep originea geografică ca pe un indicator al calității și îl analizează alături de alte informații disponibile despre produs. Nu este de neglijat și faptul că originea geografică joacă roluri mai directe în determinarea comportamentului consumatorului în special prin valorile simbolice sau culturale atașate regiunii.

Diverse studii europene au arătat că consumatorii pun preț pe originea geografică a produselor agroalimentare (un vast studiu realizat în UE în anul 1999 asupra a 20000 de consumatori cu privire la achiziționarea de produse cu IG a constatat că motivația principală de achiziție pentru 37% din respondenți a fost garanția de origine, pentru 35% a fost așteptarea unei calități garantate, pentru 31% a fost un loc determinat al producerii și metoda de producție, și pentru 16% a fost tradiție. Mai mult, 51% dintre respondenți au fost dispuși să plătească între 10% și 20% mai mult pentru un produs cu IG decât pentru un produs similar care nu poartă o IG [80, 122]). Deși datele utilizate în cadrul acestor studii sunt de cele mai dese ori de natură subiectivă și se acumulează în baza unor sondaje sau chestionare, importanța lor este imensă, deoarece aceste date permit stabilirea unor direcții generale de dezvoltare, și contribuie la conturarea strategiilor de dezvoltare a anumitor sectoare economice.

5) Metode de evaluare bazate pe măsurarea impactului indicațiilor geografice asupra dezvoltării rurale

Necătând la toate argumentele potrivit cărora indicațiile geografice reprezintă instrumente reale de susținere a dezvoltării rurale, există doar câteva studii privind această afirmație.

În măsurarea impactului indicațiilor geografice asupra dezvoltării rurale sunt studiați de regulă indicatori cum ar fi creșterea veniturilor în spațiul rural, efectele indicațiilor geografice asupra accesului la piață și ocupării forței de muncă.

O încercare de a studia legătura dintre procesele de calificare a produselor regionale și dezvoltarea rurală a fost făcută în studiul *Impactul proceselor de calificare a produselor teritoriale asupra potentialului dezvoltării rurale* [145]. Lucrarea are ca scop să investigheze ceea ce se întâmplă în practică atunci când actorii într-o zonă rurală încearcă să obțină calificarea de indicație geografică pentru un produs agro-alimentar. În acest scop a fost realizat un studiu de caz pentru a arăta cum trei producători mici de produse agroalimentare evoluează după înregistrarea unei indicații geografice. Rezultatele acestui studiu sunt ambigue în ceea ce privește impactul protecției indicației geografice *per se* asupra dezvoltării teritoriale. Autorii se pun de acord asupra rolului pe care îl poate juca indicația geografică într-o strategie comună de dezvoltare regională, însă accentuează că succesul unei atare strategii va depinde nu atât de indicația geografică în sine ci de efortul întreprins în vederea promovării acesteia precum și de calitatea care stă în spatele indicației geografice vizate.

Încă un studiu important în care se încearcă demonstrarea faptului că indicațiile geografice au un impact pozitiv asupra dezvoltării rurale este *Pot oare semnele de calitate să influențeze dezvoltarea durabilă?* realizat de J.M. Callois în 2004 [81].

În lucrarea sa autorul a plecat de la premiza că semnele de calitate pot acționa ca stimulenți pentru creșterea economică. El a studiat impactul însemnelor de calitate asupra redistribuirii veniturilor între zonele urbane și rurale. Autorul nu a luat în calcul doar veniturile directe generate de producerea unor produse utilizând însemne ale calității ci a luat în considerație și efectele pe care le au aceste însemne asupra dezvoltării rurale prin efectul de multiplicare (fermierii obțin venituri mai mari respectiv investesc mai mult în producție astfel asigură o creștere continuă a ramurii).

Insumand cele de mai sus - **în funcție de natura datelor ce stau la baza evaluărilor** metodele utilizate pot fi clasificate în:

- *obiective*, care se bazează pe date empirice sau pe situații modelate care însă au la bază tot date reale;
- *subiective*, care se bazează cel mai des pe sondaje de opinii, pe estimări bazate pe experiențe ale altor state sau ale altor regiuni.

Evident o mai mare credibilitate o au studiile bazate pe date empirice, deoarece în cadrul acestora se operează cu date statistice reale, cum ar fi compararea prețurilor obținute în aceeași regiune de producătorii de cașcaval care folosesc o indicație geografică pentru a desemna produsul său și cei care nu folosesc un atare indicator, sau măsurarea sporului înregistrat de către producătorii unui vin odată cu introducerea unei indicații geografice.

Totuși, și studiile bazate pe sondaje sau estimări aproximative sunt foarte importante îndeosebi în cazul economiilor în care abia se preconizează introducerea sistemului indicațiilor

geografice, sau sistemul este abia la începuturi, iar datorită acestui fapt date empirice concludente lipsesc.

În funcție de abordarea temporală a datelor metodele de evaluare obiective pot fi clasificate în [75]:

- *diacronice*, bazate pe abordarea "înainte/după";
- *sincronice*, bazate pe abordarea "cu/fără".

Abordarea "înainte/după" constă în măsurarea impactului introducerii unei indicații geografice prin suprapunerea datelor inițiale (înainte de introducerea indicației geografice) cu datele finale (după introducerea indicației geografice).

Astfel, valoarea suplimentară absolută datorată indicației geografice poate fi calculată ca diferența dintre prețul produsului după introducerea IG și prețul produsului până la introducerea IG corectat cu rata inflației conform formulei:

$$V_{IG} = P_{IG} - P_a \quad (1.1)$$

Unde

V_{IG} - Valoarea suplimentară datorată IG,

P_{IG} - prețul produsului după introducerea IG,

P_a - prețul produsului până la introducerea IG corectat cu rata inflației,

$$P_a = P_i * (1 + \frac{r}{100}) \quad (1.2)$$

P_i - prețul produsului până la introducerea IG,

r – rata inflației.

Iar în cazul în care dorim să analizăm valoarea suplimentară relativă atunci vom utiliza următoarea formulă:

$$R_{IG} = \left(\frac{P_{IG}}{P_a} - 1 \right) * 100\% \quad (1.3)$$

Unde

R_{IG} – rata schimbării prețurilor datorată introducerii IG

Neajunsurile acestei abordări constau în faptul că doar rareori impactul poate fi măsurat cu exactitate, deoarece datele inițiale (înainte de intervenție) și datele finale (după intervenție) redau de fapt dezvoltarea sectorului în timp și descriu ceea ce este în realitate evoluția acestuia, iar după cum este și firesc evoluția unui sector nu se datorează schimbării unui singur factor.

Așadar, asupra evoluției unui sector influențează nu doar introducerea sistemului indicațiilor geografice ci și schimbarea condițiilor de piață sau politicii în domeniul vizat.

În acest sens comparația trebuie făcută între rata schimbării prețurilor datorată introducerii IG și rata schimbării în timp a prețurilor la produse din aceeași categorie care nu poartă IG.

În condițiile în care:

$$R_p = \left(\frac{P_f}{P_a} - 1 \right) * 100\% \quad (1.4)$$

unde

R_p - rata schimbării prețurilor pentru produsele din aceeași categorie care nu poartă IG

P_f - prețul actual al produselor din aceeași categorie care nu poartă IG

P_a - prețul produsului până la introducerea IG corectat cu rata inflației

comparația se va face între R_{IG} și R_p .

un efect pozitiv al introducerii IG poate fi atestat doar în cazul în care R_{IG} va fi mai mare decât R_p .

Abordarea "cu/fără" este una sincronă și își propune analiza situației prin încercarea de a răspunde la întrebarea "ce s-ar fi întâmplat în cazul în care nu ar fi fost introdusă indicația geografică?". O astfel de comparație este o adevărată provocare, deoarece implică necesitatea modelării situației potențiale de către evaluator.

O altă posibilitate pentru abordarea sincronă "cu/fără" pentru evaluator este identificarea în aria delimitată de indicația geografică a unor producători care produc același tip de produs dar fără a utiliza indicația geografică. Formula utilizată în acest caz este:

$$V_{IG} = P_{IG} - P \quad (1.5)$$

Unde

V_{IG} - Valoarea suplimentară datorată IG

P_{IG} - prețul produsului cu IG

P - prețul produsului fără IG

Această metodă de asemenea are neajunsuri, deoarece este greu de determinat dacă produsele fără indicație geografică sunt comparabile din punct de vedere calitativ cu cele care poartă însemnul indicației geografice. Totuși, această din urmă metodă este una dintre cele mai des utilizate în aprecierea eficienței introducerii unei indicații geografice.

Pentru a obține un tablou cât mai obiectiv este necesar să fie utilizate valorile medii ale prețurilor produselor cu IG (pentru aceeași IG există mai mulți producători care pot comercializa

produsele sale la prețuri diferite) și valorile medii ale prețurilor produselor fără IG (este necesar de selectat un număr suficient și adecvat de produse)

Astfel formula de calcul pentru valoarea suplimentară datorată introducerii IG în abordarea sincronă va fi:

$$V_{IG} = \frac{\sum_{i=1}^n P_{IGi}}{n} - \frac{\sum_{i=1}^m P_i}{m} \quad (1.6)$$

Unde

n – numărul produselor purtând aceeași IG selectate pentru evaluare

$\frac{\sum_{i=1}^n P_{IGi}}{n}$ - media aritmetică a prețurilor produselor purtând aceeași IG

m - numărul produselor fără IG selectate pentru evaluare

$\frac{\sum_{i=1}^m P_i}{m}$ - media aritmetică a prețurilor produselor fără IG

Cu toate că până la moment au fost efectuate numeroase studii privind impactul indicațiilor geografice asupra creșterii economice la nivel micro și macro, un atare studiu nu a fost făcut încă pe piața Republicii Moldova. Mai mult, la moment efectuarea unui studiu de evaluare a impactului real al indicațiilor geografice pe piața țării noastre este imposibil deoarece până în prezent numărul indicațiilor geografice protejate este infim iar numărul indicațiilor geografice utilizate *de facto* este chiar nul. Cu toate acestea efectuarea unor sondaje prealabile ar putea ajuta la evaluarea potențialului sistemului indicațiilor geografice pentru Republica Moldova.

1.3. Experiențe naționale și regionale privind valorificarea indicațiilor geografice

Înainte de a purcede la evaluarea potențialului introducerii sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova vom prezenta experiența altor state (regiuni) în această privință.

De la început, după cum este și natural, vom prezenta experiența Franței, care este țara din care își are începuturile sistemul produselor regionale cu origine controlată, după care vom prezenta experiența Statelor Unite ale Americii care nu recunoaște indicațiile geografice ca atare ci doar ca pe o subcategorie a mărcilor comerciale. După aceasta vom prezenta experiența Indiei, care a introdus sistemul indicațiilor geografice de curând, iar în final vom prezenta experiența regională în spațiul comunitar privind valorificarea produselor regionale prin intermediul sistemului indicațiilor geografice.

Experiența Franței

În Franța, la începutul secolului XX s-a văzut necesitatea introducerii unor reglementări care urmau să ofere protecția necesară producătorilor de produse regionale, care în loc să se bucure de notorietatea produselor sale, aveau de suferit de pe urma acesteia, dat fiind faptul că existau o mulțime de doritori de a beneficia pe nedrept de reputația castigată în timp de un produs regional sau altul.

Astfel, la 1 august 1905 apare prima lege care reglementează statutul juridic al produselor regionale, dar și definește ceea ce înseamnă o fraudă și pedepsele pentru aceasta. Astfel, putem spune că încă din 1905, în Franța, se întemeiază un regim juridic favorabil dezvoltării produselor regionale.

Însă, după cum afirma Joseph Capus [99]: *Legea din 1 August 1905 din punct de vedere economic a fost una dintre cele mai perfecte și cele mai eficiente; Aceasta a stat la baza reprimării fraudelor care datorită progresului științific au devenit tot mai frecvente și mai periculoase; Ea a salvat vinurile comune de marea criză; Legea din 1905 este harta denumirilor de origine pentru produsele agricole; dar, pentru vinurile fine Legea din 1905 de la bun început a luat-o într-o direcție greșită.*

După apariția legii menționate mai sus pe parcursul următorilor 30 de ani mai mulți producători de vinuri împreună cu câteva persoane publice și-au unit eforturile pentru a crea un sistem de protecție a vinurilor cu origine geografică determinată (vinurilor cu denumire de origine controlată). Printre fondatorii sistemului se disting 2 mari personalități franceze, și anume Pierre Le Roy Boisseaumarié, spus baron Le Roy, vinificator în Châteauneuf-du-Pape și prietenului său Joseph Capus, parlamentar din partea regiunii Gironde.

După cum menționam, necesitatea creării sistemului denumirilor de origine controlate s-a născut din problemele grave cu care se confruntau vinificatorii francezi la începutul secolului XX. Îndeosebi de grave erau problemele cu care se confruntau producătorii de vinuri fine, cum ar fi Châteauneuf-du-Pape, care din cauza epidemiei de filoxera ce distrusese multe podgorii la începutul secolului, s-au ciocnit cu grave înșelătorii și falsificări ale produselor sale.

Știind formarea de jurist a baronului Le Roy, viticultorii din regiunea Châteauneuf-du-Pape au apelat la el pentru a restabili ordinea în mizeria creată. Acesta reușește în 1924 să creeze Uniunea viticultorilor Châteauneuf-du-Pape, și apoi, în 1929, Uniunea Côtes-du-Rhone.

Concomitent în 1929 parlamentarul Édouard Barthe a lansat inițiativa creării *Oficiului Internațional al viei și vinului*, iar în 1931 acesta a fondat *Comitetul national de promovare a vinurilor*.

În 1932, în cadrul "Federației Asociațiilor de Viticultură a Franței", a fost creată o "Secție a Vinurilor de înaltă calitate (*Grand Crus*)" a cărei secretar general a fost numit baronul Le Roy.

Iar în anul 1933 pe baza unui proces de judecată baronul Le Roy obține o hotărâre judecătorească în care pentru prima dată este definită și delimitată regiunea pentru care poate fi aplicată denumirea de origine Châteauneuf-du-Pape.

La 12 martie 1935, Joseph Capus a înaintat Senatului un proiect de lege elaborată în cooperare cu baronul Le Roy. Prevederile "legii Capus" au fost în curând integrate de către Édouard Barthe în Actul legislativ din 30 iulie 1935 prin care a fost dispusă crearea "Comisiei Naționale a denumirilor de origine pentru vinuri și băuturi spirtoase" care ulterior, prin decretul din 16 iulie 1947, a devenit Institutul Național al Denumirilor de Origine pentru vinuri și băuturi spirtoase tari". Președinția Comisiei i-a fost încredințată dlui Joseph Capus iar mai târziu, după moartea acestuia a fost preluată de baronul Le Roy.

Institutul s-a dovedit a fi o structură atât de eficientă încât curând i-au fost delegate și împuterniciri referitoare la alte produse decât vitivinicole, iar ulterior i-au fost delegate și împuterniciri ce țin de alte semne de calitate decât cele geografice, în special Agricultură Biologică și Label Rouge. În prezent Institutul se numește Institutul Național al Originii și Calității și se află în subordinea Ministerului Agriculturii și Pescăritului. Bugetul INAO pentru anul 2012 a fost de 22,96 milioane Euro [18] (75% din această sumă a fost alocate de Ministerul Agriculturii și Pescăritului, restul 25% provenind din redevențe, taxe, etc).

Chiar de la crearea sa, statutul acestei organizații a prezentat originalitate – instituția a fost fondată în baza unui parteneriat public-privat. Însă cea mai mare inovație a acestei organizații a fost introducerea unei categorii noi de vinuri și băuturi alcoolice tari, și anume acelea cu denumire de origine controlată (chiar și acum, după ce la nivel comunitar a fost introdusă noțiunea de denumire de origine protejată, în Franța, datorită tradițiilor, este utilizată noțiunea de denumire de origine controlată).

Denumirile de origine au fost din start concepute ca o categorie distinctă față de mărcile comerciale sau alte însemne ale produselor. Ele reprezentau un simbol de certificare oficială a provenienței geografice și a cunoștințelor tradiționale. Certificarea era acordată de un organism dependent de un anumit minister iar sancționarea pentru nerespectarea cărorva norme legate de certificare era realizată de un organism de combatere a fraudelor.

Acest mecanism de acordare a protecției pentru denumirile de origine s-a păstrat până în prezent. Actorii principali ai procesului de recunoaștere și protecție a denumirilor de origine în Franța și interacțiunea dintre aceștia sunt prezentate în schema de mai jos:

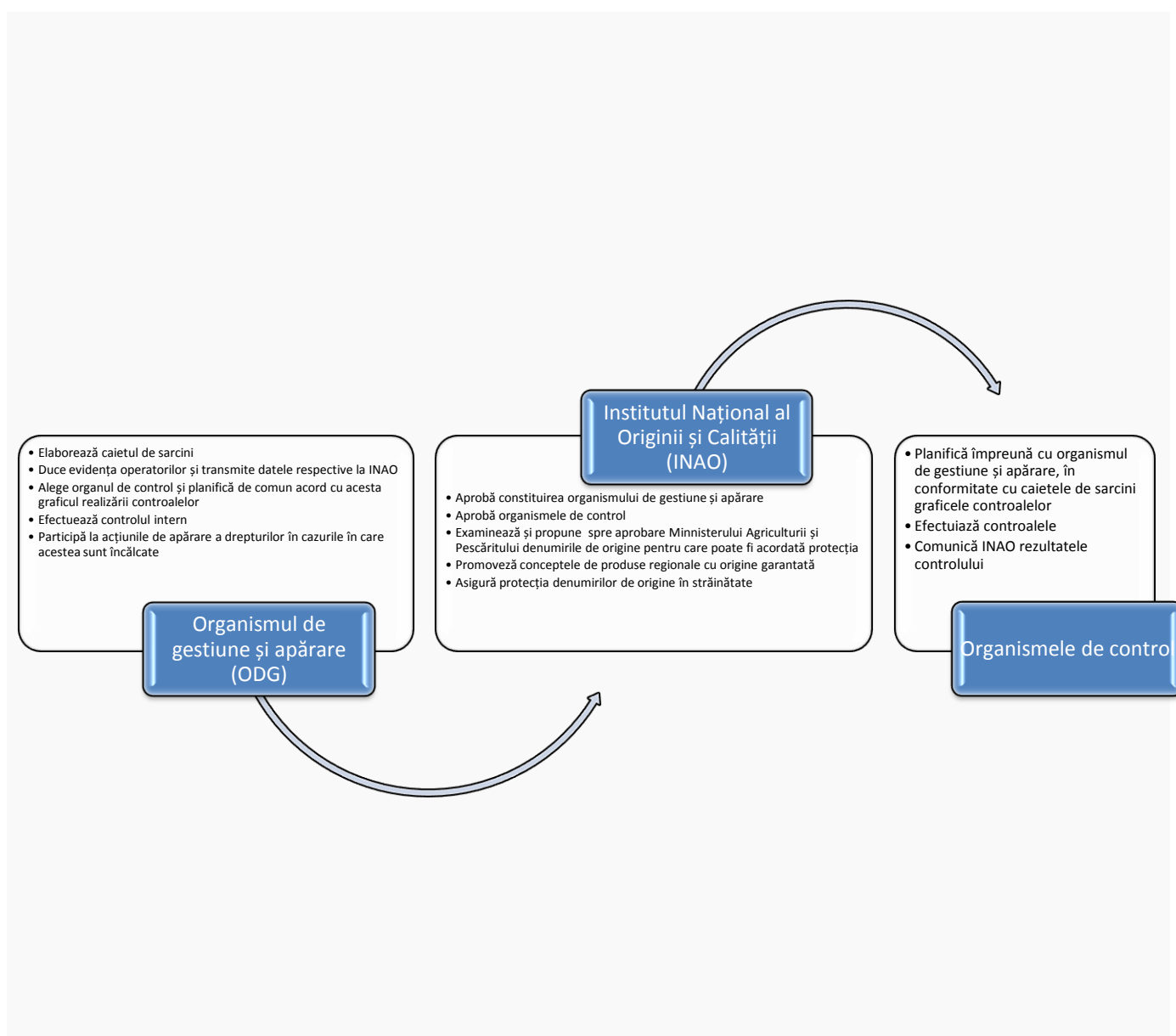


Figura 1.3. Interacțiunea dintre actorii principali ai procesului de recunoaștere și protecție a denumirilor de origine în Franța

Sursa: *elaborată de autor în baza [78, 79, 91]*

Procedura de înregistrare și asigurare a respectării drepturilor asupra denumirii de origine în Franța este reglementată de Codul Rural și al Pescăritului Maritim și se prezintă după cum urmează:

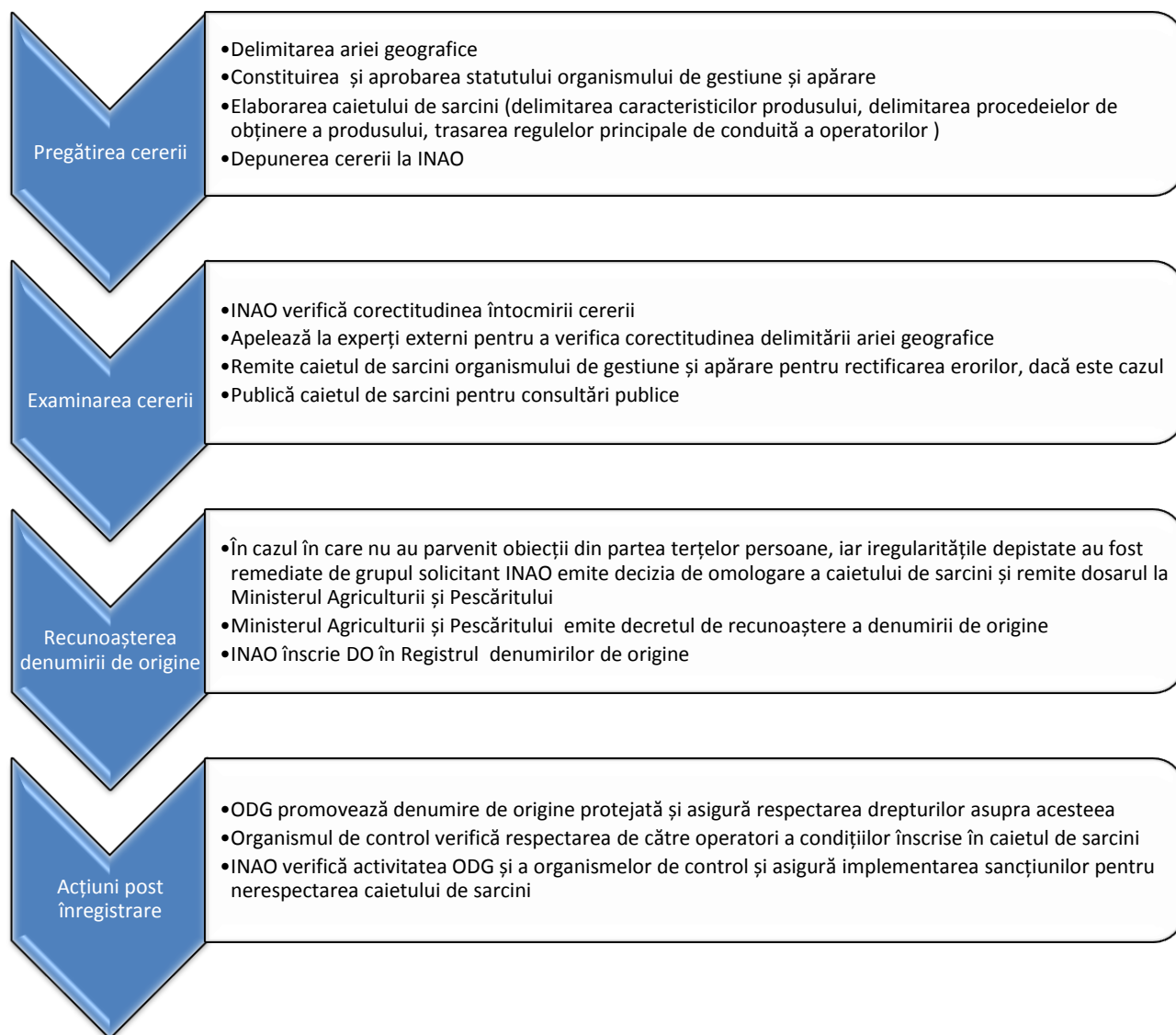


Figura 1.4. Procedura de asigurare a protecției pentru o denumire de origine (indicație geografică) în Franța

Sursa: elaborată de autor în baza [84, 123]

După cum sustineam mai devreme, de la bun început sistemul denumirilor de origine controlate în Franța a fost unul original, fiind realizat într-un parteneriat public-privat. Acest parteneriat s-a dovedit a fi unul foarte și foarte eficient: în 2011, valoarea cifrelor de afaceri realizate la prima punere pe piață a produselor cu semne oficiale ale calității (cu excepția produselor ecologice) a atins suma de 19 miliarde de euro [123].

Conform datelor furnizate de Institutul National al Denumirilor de Origine, la data de 31 decembrie 2012 [123], la nivel național erau protejate 454 denumiri de origine și 184 indicații geografice:

357 denumiri de origine pentru produse de vinificație

75 indicații geografice pentru produse de vinificație

94 denumiri de origine pentru produse agroalimentare

107 indicații geografice pentru produse agroalimentare

3 denumiri de origine pentru cidru

2 indicații geografice pentru cidru



Simbolul oficial francez pentru
denumiri de origine protejate

Sistemul de protecție a produselor regionale creat în Franța constituit încă de la începutul secolului XX este cel mai vechi sistem în acest domeniu. Pe parcursul timpului acesta a fost cizelat și perfecționat continuu, astfel încât astăzi Franța este țara cu cel mai puternic cuvânt de spus în domeniul produselor cu origine determinată, iar experiența acesteea a fost și este în continuare preluată de mai multe state și regiuni, inclusiv Republica Moldova.

Experiența Statelor Unite ale Americii

O abordare total diferită în ceea ce privește sistemul juridic al indicațiilor geografice o au Statele Unite ale Americii. Aici Guvernul nu a considerat necesară instaurarea unui sistem distinct de protecție a indicațiilor geografice acordând posibilitatea protejării prin utilizarea sistemului mărcilor comerciale.

În favoarea acestei abordări este prezentat argumentul potrivit căruia indicațiile geografice sunt o subcategorie de mărci deoarece îndeplinesc aceleași funcții ca și mărcile:

- 1) sursă de indentificare,
- 2) garanție a calității, și
- 3) instrumente economice puternice.

Astfel, SUA au constatat că, prin utilizarea sistemul de protecție a mărcilor – de obicei, mărci de certificare și mărci colective - Statele Unite pot oferi un nivel adecvat de protecție atât indicațiilor geografice naționale cât și celor străine. Drept dovadă, mult înainte de semnarea Acordului TRIPS, aproximativ din 1946, SUA înregistrează și protejează în calitate de mărci așa indicații geografice ca Florida pentru portocale, sau Idaho pentru cartofi [6].

Concomitent, următoarele argumente în favoarea utilizării sistemului de protecție a mărcilor pentru înregistrarea indicațiilor geografice sunt prezentate de către autoritățile SUA:

- Guvernul economisește costuri – deoarece nu este necesară crearea unei structuri separate pentru susținerea unui sistem *sui generis*;
- Solicitantul poate utiliza un sistem cu care este deja familiarizat;
- Terțele persoane pot mai ușor monitoriza cererile depuse spre înregistrare pentru a evita eventualele încălcări de drepturi;
- Procedurile ce trebuie urmate pentru asigurarea respectării drepturilor sunt aceleași ca și în cazul mărcilor.

Procedura de înregistrare a unei indicații geografice în SUA este aceeași ca și pentru mărci și se derulează conform schemei de mai jos:

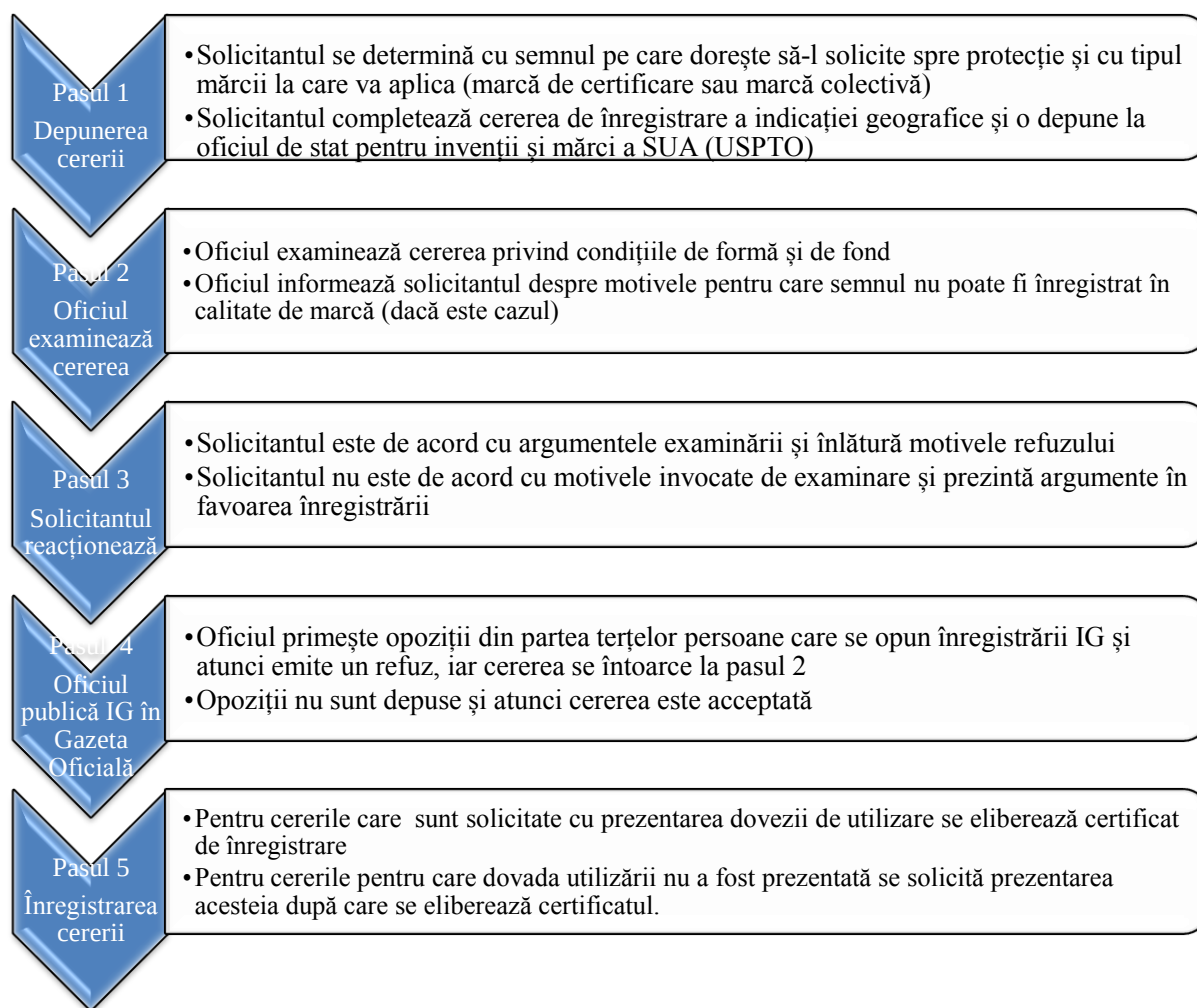


Figura 1.5. Procedura de înregistrare a indicației geografice în SUA

Sursa: *elaborată de autor în baza [16, 32]*

Condițiile cărora trebuie să corespundă indicațiile geografice pentru a fi înregistrate sunt aceleași ca și în cazul mărcilor, semnele trebuie să fie distinctive și disponibile, să nu fie generice sau deceptive, etc.

Înregistrarea unei indicații geografice în SUA conferă titularului drepturi exclusive asupra acesteia.

După cum menționam mai devreme SUA oferă posibilitatea protecției indicațiilor geografice prin intermediul:

- Mărcilor de certificare
- Mărcilor colective

În continuare vom prezenta succinct carențele și limitele fiecărei dintre posibilitățile enunțate.

Protecția indicației geografice în calitate de marcă de certificare

În conformitate cu legislația SUA pentru a înregistra în calitate de marcă individuală sau colectivă un termen geografic solicitantul este obligat să prezinte Oficiului dovada dobândirii distinctivității. Excepție de la această regulă o constituie mărcile de certificare pentru care o atare dovadă nu este necesară.

Conform normelor legale, în calitate de mărci de certificare pot fi înregistrate orice cuvinte, denumiri, simboluri, logo-uri utilizate de terțe persoane, altele decât titularul mărcii, în vederea certificării unor calități ale produselor marcate astfel.

O marcă de certificare poate servi pentru a certifica existența mai multor calități, spre exemplu marca ROQUEFORT (No. 571,798) certifică atât proveniența geografică a produsului (Comuna Roquefort din Franța), cât și componența acestuia (produs exclusiv din lapte de capră) dar și utilizarea metodelor tradiționale la confecționarea cașcavalului astfel marcat.

Potrivit normelor legale mărcile de certificare se deosebesc de alte tipuri de mărci prin 2 caracteristici esențiale:

- Titularul mărcii de certificare nu are dreptul să o utilizeze
- Marca de certificare nu indică proveniența produsului (producătorul), dat fiind faptul că orice producător care satisface condițiile pe care le certifică o marcă de certificare are dreptul să aplice la utilizarea acesteia.

Iată de ce atunci când un solicitant dorește să înregistreze indicația sa geografică în calitate de marcă de certificare în SUA el trebuie să fie conștient că cel care va figura ca titular al mărcii de certificare nu va avea dreptul să o utilizeze. Cel mai corect în acest caz este ca o autoritate a statului de origine să înregistreze cererea, deoarece una din condițiile de fond la examinarea unei cereri pentru o marcă de certificare va fi abilitatea solicitantului de a efectua controlul, iar atunci când vorbim despre o persoană privată aceasta foarte rar va fi în măsură să asigure controlul menționat. Așa, la sistemul înregistrării indicației geografice în calitate de marcă de certificare în SUA cel mai des recurg țările din America de Sud, cum ar fi Peru sau Mexic, unde și la nivel national indicația geografică este protejată pe numele unei autorități de stat. De exemplu indicația geografică Divin, protejată la nivel national în Republica Moldova pe

numele Asociației Producătorilor de Divin și Brandy de Moldova are toate șansele de a fi refuzată anume din motivul că însăși asociația nu poate garanta efectuarea controlului respectării calităților certificate.

Protecția indicației geografice în calitate de marcă colectivă

O altă posibilitate pentru protecția indicațiilor geografice în Statele Unite constă în înregistrarea acestora în calitate de mărci colective. Esența unei mărci colective constă în faptul că o asociație înregistrează un semn care ulterior este utilizat de membrii acesteia. Asociația însăși nu utilizează semnul ci doar are grijă de aspectele administrative, cum ar fi apărarea drepturilor, promovarea semnului, instaurarea unor norme de conduită pentru membri etc. La prima vedere această posibilitate pare a fi una acceptabilă și destul de echilibrată, totuși, protecția indicației geografice în formă de marcă colectivă nu acoperă toate specificitățile sistemului indicațiilor geografice deoarece:

- Pentru a înregistra un termen geografic în calitate de marcă colectivă trebuie să demonstrezi că acel termen a obținut distinctivitate prin utilizare, fapt ce poate uneori fi greu de realizat, în special când vorbim de produse care încă nu au penetrat piața americană
- Înregistrarea unei mărci colective generează apariția drepturilor exclusive, ceea ce înseamnă că acestea pot fi cesionate, transmise prin moștenire sau pot face obiectul unor contracte de licență, iar acest lucru este contrar a tot ceea ce înseamnă indicație geografică.

O altă problemă a sistemului oferit de SUA pentru protecția indicațiilor geografice este că acesta este destul de costisitor și aici nu vorbim atât despre însăși procesul înregistrării cât despre acțiuni ce urmează înregistrării și anume asigurarea respectării drepturilor.

Iată de ce în cadrul acordului bilateral de cooperare economică SUA - Uniunea Europeană, aceasta din urmă a inclus un compartiment prin care părțile s-au obligat să acorde protecție reciprocă indicațiilor geografice, inclusiv prin proceduri ex-officio, evitând procedura de înregistrare a indicațiilor geografice în calitate de mărci.

Dat fiind că Statele Unite nu fac distincție între indicațiile geografice protejate în calitate de mărci de certificare sau colective, Oficiul SUA pentru Invenții și Mărci (USPTO) nu duce evidența și nu tine un registru separat pentru indicații geografice, astfel încât ne este imposibil să cunoaștem câte indicații geografice au fost protejate ca atare în SUA până la momentul actual. Putem spune doar că în calitate mărci de certificare sau colective în Statele Unite sunt protejate asemenea indicații geografice naționale ca CARTOFI IDAHO, sau PORTOCAL FLORIDA, sau CEAPĂ VIDALIA, sau VINURI NAPA VALLEY, sau MERE WASHINGTON STATE și următoarele indicații geografice străine:

BRUNELLO DI MONTALCINO (U.S. Reg. No. 1,860,163) - Italia

COGNAC (Common-law, marcă neînregistrată) - Franța

LIEBFRAUMILCH (U.S. Reg. No. 1,008,251) - Germania

MOSEL (U.S. Reg. No. 1,008,252) - Germania

VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO (U.S. Reg. No. 2,251,165) - Italia

DARJEELING (U.S. Reg. No. 2,685,923) - India

JAMAICA BLUE MOUNTAIN COFFE E (U.S. Reg. No. 1,414,598) – Jamaica [16]

Experiența Indiei

În India indicațiile geografice sunt protejate în conformitate cu Legea privind indicațiile geografice din 1999 care a intrat în vigoare în septembrie 2003. Legea: definește noțiunea de indicație geografică, descrie procedura de obținere a protecției, stabilește existența Registrului Indicațiilor Geografice, elaborează conceptul utilizatorilor autorizați și definește pedepsele pentru încălcarea drepturilor [97, 101]. Deși legea nu a fost introdusă decât 10 ani în urmă, la moment în Registrul Indicațiilor Geografice a Indiei sunt înscrise deja 215 indicații geografice protejate, iar alte aproximativ 250 indicații sunt la etapa de examinare [17]. Important este că între acestea doar câteva sunt străine (Cognac, Prosciutto di Parma, etc.) restul sunt denumiri geografice autohtone.

Spre deosebire de Franța, în India o indicație geografică poate fi protejată și pentru alte produse decât agro-alimentare, cum ar fi produsele manufacturate. O cerere de înregistrare a unei indicații geografice poate fi depusă de un grup de producători sau de către o autoritate publică, un consiliu a unui anumit produs cum ar fi Consiliul Ceaiului, Consiliul Cafelei, etc. Termenul pentru care se acordă protecția este de 10 ani cu posibilitatea de reînnoire ori de câte ori este necesar în condițiile în care se mențin cerințele față de indicația geografică. De asemenea, legislația prevede posibilitatea obținerii dreptului de utilizare asupra unei indicații geografice ulterior înregistrării acesteia. În acest caz, persoana care depune cererea de obținere a dreptului de utilizare trebuie concomitent cu cererea să depună și o scrisoare de consimțământ din partea titularului înregistrării. Dreptul de utilizare se acordă tot pe un termen de 10 ani sau până la expirarea valabilității indicației geografice la care acesta se referă (dacă acestea expiră nesimultan, atunci se va lua în calcul cea mai devreme dată).

Drepturile conferite prin înregistrare nu pot fi transmise prin contracte de cesiune, licență, etc, totuși, în cazul decesului titularului acestea se transmit moștenitorului.

Schematic procedura de înregistrare a unei indicații geografice în India se prezintă după cum urmează:



Figura 1.6. Procedura de înregistrare a indicației geografice în India

Sursa: elaborată de autor în baza [97]

Experiența comunitară

Necătând la faptul că în unele state europene un sistem *sui generis* de protecție a indicațiilor geografice există de foarte mult timp (delimitarea și regulamentul vinului PORTO datează cu 1756 [82, 93] recunoașterea indicațiilor geografice și protecția acestora la nivel comunitar a început nu atât de demult. Mai mult, la nivelul Comunității Europene recunoașterea indicațiilor geografice este limitată doar la anumite tipuri de produse: vinuri, băuturi alcoolice și produse agro-alimentare.

În contextul organizării pieței comune pentru vinuri în 1970 au fost recunoscute la nivel comunitar indicațiile geografice pentru vinuri, protejate la nivel național [90, 124]. Aceeași abordare a fost aplicată și pentru băuturile spirtoase în 1989 [87], iar în 1992 la nivel comunitar a fost aprobat Regulamentul nr. 2081/1992 care stabilea cadrul legal pentru protecția indicațiilor geografice pentru produse agroalimentare.

Aceste 3 acte legislative au fost înlocuite de următoarele:

- Regulamentul nr. 2081/1992 a fost abrogat prin aprobarea în 2006 a Regulamentului nr. 510/2006 [57] prevederile căruia, mai recent, în 2012 au fost incorporate în Regulamentul nr. 1151/2012 privind schemele de calitate pentru produse agricole și alimentare [56, 58].
- Regulamentul 817/70 a fost abrogat prin aprobarea în 2008 a Regulamentului 479/2008 al Consiliului din 29 aprilie 2008 privind organizarea comună a pieței vitivinicole [55]
- Regulamentul No 1576/89 a fost abrogat prin aprobarea Regulamentului nr. 110/2008 din 15 ianuarie 2008 [54] privind definirea desemnarea prezentarea etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase.

La data de 08.04.2014 la nivel comunitar erau protejate 1293 denumiri de origine și 459 indicații geografice europene pentru vinuri, 574 denumiri de origine și 600 indicații geografice europene pentru produse agricole și alimentare și 342 indicații geografice pentru băuturi spirtoase. Astfel, în total, la data de 08.04.2014 erau protejate la nivel comunitar 3268 denumiri geografice europene [138].

Pentru produsele care nu intră sub incidența acestor reglementări, nu există un sistem comunitar *sui generis* de protecție a indicațiilor geografice. Ca urmare, toate produsele non agricole trebuie să se bazeze pe o protecție la nivel național, atunci când această protecție este disponibilă și pe utilizarea unui sistem alternativ de protecție juridică, cum ar fi sistemul mărcilor.

De remarcat e că există un număr mare de produse non agricole europene care beneficiază de protecție la nivel național prin variate scheme juridice (legi speciale, mărci comerciale, sisteme *sui generis* etc.). Ca exemple putem menționa: broderie de Madeira, cuțite Solingen, Cristal Waterford, etc.

În plus, mai multe state membre ale Uniunii Europene sunt semnatare ale acordului de la Lisabona: Bulgaria, Cehia, Franța, Ungaria, Italia, Portugalia și Slovacia. În temeiul tratatului menționat pot fi protejate atât produse agricole cât și produse non agricole. Drept urmare, mai multe denumiri de origine, care sunt fabricate în mod tradițional în anumite regiuni ale acestor state membre cum ar fi "Emaux de Limoges" din Franța, "Kaolinovski caolin" din Bulgaria și "Český Porcelán" din Republica Cehă au fost protejate prin sistemul de la Lisabona.

Problema protecției la nivel comunitar a produselor non agricole a fost ridicată de mai multe state membre și acum se examinează minuțios, drept dovadă fiind și studiile realizate la comanda Comisiei Europene privind potențialul UE în ceea ce ține de produsele non agricole cu indicații geografice, unul din ele fiind Studiul realizat în anul 2013 de către companiile Insight Consulting, REDD și OriGIn [139].

În general subiectul indicațiilor geografice este unul foarte sensibil și important pentru Comunitatea europeană iată de ce la data de 07 noiembrie 2013 Comisia Europeană a aprobat 22 de programe destinate promovării produselor agricole în Uniunea Europeană și în țările terțe [14, 125]. Programele, care în marea lor majoritate au o durată de trei ani, sunt prevăzute cu un buget total de 70 de milioane EUR, la care Comisia contribuie cu 35 de milioane EUR. Programele selectate vizează produse de calitate înregistrate și protejate ca DOP-uri (denumiri de origine protejate), IGP-uri (indicații geografice protejate) și STG-uri (specialități tradiționale garantate), vinuri, carne produsă în cadrul sistemelor naționale de calitate, produse ecologice, lapte și produse lactate, fructe și legume proaspete, horticultură ornamentală, miere și produse apicole, carne de vită, de mînzat și de porc, precum și carne de pasăre de calitate (vezi anexa 3)

Această decizie este în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 3/2008 al Consiliului [125] care prevede că UE poate contribui la finanțarea măsurilor de promovare și de informare cu privire la produsele agricole pe piața unică europeană și în țările terțe. Bugetul anual total alocat pentru aceste programe este de aproximativ 60 de milioane EUR.

Măsurile finanțate pot consta în campanii de relații publice, de promovare sau de publicitate care subliniază în mod special avantajele produselor din UE, mai ales în ceea ce privește calitatea, siguranța și igiena produselor alimentare, calitatea nutritivă, etichetarea, bunăstarea animalelor sau metodele de producție care respectă mediul înconjurător. Aceste măsuri pot viza de asemenea participarea la evenimente și târguri, campaniile de informare cu privire la sistemul UE de denumiri de origine protejate (DOP), indicații geografice protejate (IGP) și specialități tradiționale garantate (STG), informarea privind sistemele de calitate și de etichetare ale UE și informarea referitoare la agricultura ecologică, precum și campaniile de informare privind sistemul UE al vinurilor de calitate produse în regiuni determinate (v.c.p.r.d). UE finanțează până la 50 % din costul acestor măsuri (până la 60 % în cazul programelor de promovare a consumului de fructe și legume în rândul copiilor sau în cazul celor referitoare la informarea cu privire la consumul responsabil de băuturi alcoolice și la pericolele prezentate de consumul excesiv de alcool), restul costurilor fiind suportate de către organizațiile profesionale/interprofesionale care au propus programele respective și, în unele cazuri, de asemenea, de către statele membre în cauză.

În scopul promovării denumirilor de origine protejate și a indicațiilor geografice protejate și a familiarizării consumatorilor cu sistemele de calitate respective la nivel comunitar au fost aprobate niște însemne oficiale care sunt aplicate pe produsele ce beneficiază de protecție prin sistemul indicațiilor geografice [3].

Mai mult, conform noului regulament 1151/2012 privind schemele de calitate pentru produse agricole și alimentare utilizarea acestor simboluri devine obligatorie pentru producătorii din Comunitatea Europeană [56].

Deși, după cum menționam la nivel comunitar există 3 regulamente diferite pentru vinuri, băuturi alcoolice și produse agroalimentare, procedura de înregistrare la nivel comunitar a indicațiilor geografice pentru toate aceste 3 categorii de produse este aceeași:

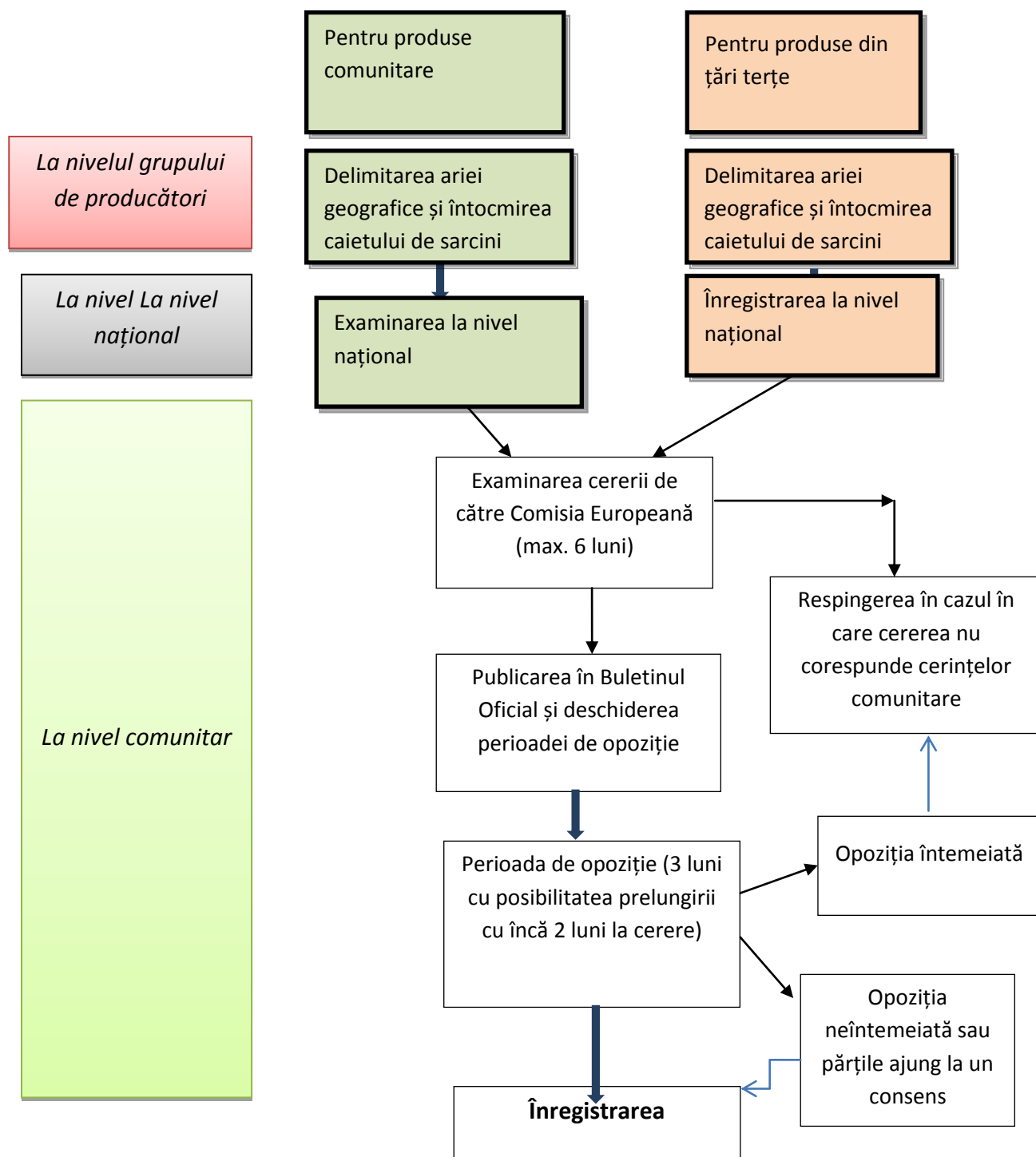


Figura 1.7. Procedura de înregistrare a unei indicații geografice la nivel comunitar

Sursa: adaptată de autor în baza [28]

Deși sistemul indicațiilor geografice a fost introdus la nivel comunitar abia în 1992 acesta și-a dovedit deja eficacitatea din plin (doar în anul 2010, produsele cu indicații geografice au constituit 5,7% (54,3 mlrd. Euro) din totalul produselor agro-alimentare produse în cele 27

țări ale UE). Astfel, potrivit unui studiu realizat la nivelul UE în anul 2012 [138] în 2010 în UE erau înregistrate 2768 de IG și DO, dintre acestea cele mai multe aparținând Franței și Italiei.

La momentul intrării în vigoare a Acordului RM-UE privind protecția IG, numărul indicațiilor geografice a statelor membre protejate la nivel comunitar a atins cifra de 3136 de IG și DO înregistrate. Iar în decurs de 1,5 ani s-au mai adăugat încă 358 indicații comunitare noi [sursele 2, 7].

Analizând practica altor state în domeniul indicațiilor geografice ajungem la concluzia că promovarea unei politici intensive și nu extensive în sensul instituirii și valorificării sistemului indicațiilor geografice au de câștigat practic toți actorii economici:

- consumatorul, pentru că el obține produse de calitate constantă evitând astfel situațiile în care produsul procurat nu corespunde așteptărilor
- producătorul, deoarece realizează profituri mai mari având la dispoziție și un instrument forte de fidelizare a clientelei
- statul, pentru că prin intermediul indicațiilor geografice soluționează o serie de probleme economice legate de dezvoltarea regiunilor (IG atrage turiști, se creează locuri noi de muncă, este asigurată exploatarea corectă a solurilor, etc.).

Reieșind din cele enunțate și pentru a oferi producătorilor autohtoni un instrument adițional de valorificare a produselor tradiționale regionale moldovenești este necesar a sintetiza carențele sistemului autohton al indicațiilor geografice și a formula recomandări metodice și practice pentru perfecționarea gestiunii sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova.

Pentru realizarea acestui scop este necesar a:

- analiza perspectivele și potențialele implicații ale dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova urmare intrării în vigoare a Acordului de instituire a Zonei de Liber schimb Aprofundat și Comprehensiv, precum și a Acordului de Asociere între Republica Moldova și Uniunea Europeană și
- elabora recomandări pentru perfecționarea managementului autohton al sistemului indicațiilor geografice.

1.4 Concluzii la capitolul 1

Din studiul literaturii juridice și economice autohtone și internaționale se desprind următoarele concluzii legate de rolul indicațiilor geografice în condițiile economiei de piață:

- 1) Din punct de vedere juridic conceptul de indicație geografică s-a conturat de-a lungul secolelor ca un obiect distinct al proprietății intelectuale și chiar dacă această afirmație este contestată de unele state care tratează indicația geografică drept o subcategorie a mărcilor, nimeni nu contestă rolul economic important pe care îl au indicațiile geografice în valorificarea produselor.

2) Analizând dimensiunea economică a indicațiilor geografice putem conchide că spre deosebire de alte obiecte de proprietate intelectuală abordarea economică a cărora se bazează pe principiul monopolului asupra unei noi idei/produs/procedeu, iar drepturile sunt fundamentate din prisma conceptului de proprietate privată, în cazul indicațiilor geografice nu putem vorbi despre aceeași abordare. Totuși, practica economică confirmă oportunitatea atribuirii indicațiilor geografice la categoria obiectelor de proprietate intelectuală.

3) Din perspectiva celor 2 teorii economice care se referă la valoare (obiectivă și subiectivă) în condițiile economiei contemporane, în vederea explicării valorii economice a produselor cu indicație geografică este necesară o abordare unitară a valorii, care să ia în considerare elementele raționale din cele două teorii tradiționale.

4) Dat fiind faptul că conceptul indicațiilor geografice este unul destul de nou (comparativ cu alte obiecte de proprietate intelectuală istoria cărora începe încă din Evul Mediu) la moment nu dispunem de suficiente studii empirice privind eficiența economică a acestui sistem unic în care converg sistemul de protecție a proprietății intelectuale cu schemele de asigurare a calității, iar studiile existente se ciocnesc frecvent de problema absenței datelor într-un sector sau altul. Mai mult, sunt țări, printre care și Republica Moldova care din cauza că sistemul indicațiilor geografice este în constituire nu pot oferi decât evaluări subiective bazate pe modele artificiale.

5) Analizând mai multe studii privind rolul economic al indicațiilor geografice realizate de specialiști din diferite țări putem conchide că indicațiile geografice au o implicație multilaterală în dezvoltarea economică a regiunilor.

6) În baza studiilor efectuate de diverși autori străini și naționali, precum și analizând practica altor state în domeniul indicațiilor geografice ajungem la concluzia că promovarea și valorificarea indicațiilor geografice reprezintă o direcție de perspectivă pentru dezvoltarea economică, în special a regiunilor rurale.

7) Analiza situației în domeniul de cercetare, în special sistematizarea funcțiilor economice ale indicațiilor geografice, delimitarea locului și rolului indicațiilor geografice în cadrul altor obiecte de proprietate intelectuală, studierea metodologiei de evaluare a impactului economic al indicațiilor geografice, sintetizarea celor mai bune practici naționale și regionale în domeniul valorificării indicațiilor geografice au permis formularea scopului și obiectivelor tezei.

2. Diagnosticarea stării actuale și tendințele dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova

2.1. Constituirea sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova

După destrămarea Uniunii Sovietice, în țările noi formate a început un proces foarte complicat de consolidare a suveranității și statalității, precum și un proces nu mai puțin complicat de tranziție de la o economie planificată la una de piață. De la bun început, o direcție prioritară în țările CSI a devenit formarea sistemelor naționale de proprietate intelectuală, inclusiv atribuirea funcțiilor economice specifice economiei de piață dar și asigurarea protecției mărcilor și indicațiilor geografice [152].

Constituirea sistemului național de protecție a proprietății industriale și implicit a sistemului indicațiilor geografice a început în Republica Moldova practic imediat după proclamarea independenței țării noastre. Aceasta începe cu semnarea la 25 mai 1992 a Decretului nr. 120 cu privire la instituirea Agenției de Stat pentru Protecția Proprietății Industriale a Republicii Moldova (AGEPI), pe lângă Ministerul Economiei și Finanțelor al Republicii Moldova, urmată de adoptarea la 8 septembrie 1992 a Hotărârii nr. 595, privind aprobarea Regulamentului și Structurii AGEPI – organ al administrației publice centrale care elaborează strategia, determină direcțiile și asigură realizarea politicii Republicii Moldova în domeniul protecției proprietății industriale [29].

Odată creată AGEPI, Republica Moldova a reușit într-un interval relativ scurt de timp să-și creeze propriul cadru normativ în domeniul proprietății industriale și implicit a indicațiilor geografice, în concordanță atât cu interesele economice ale țării noastre cât și cu normele internaționale.

Evoluția **cadrlui normativ național** în domeniul indicațiilor geografice se prezintă după cum urmează:

- Etapa I

Primul act normativ național cu referire la reglementarea sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova este Regulamentul provizoriu cu privire la protecția proprietății industriale în Republica Moldova, cuantumul și termenele de plată a taxelor pentru servicii cu semnificație juridică în domeniul protecției obiectelor de proprietate industrială, aprobat de Guvern la 26 iulie 1993. Regulamentul conținea o definiție vagă a denumirilor de origine și unele prevederi privind protecția indirectă a indicațiilor geografice prin neadmiterea acestora în cadrul mărcilor (o marcă era refuzată de la protecție în cazul în care era constituită exclusiv dintr-o indicație geografică, sau când conținea o indicație geografică falsă, regulă păstrată și în varianta actuală a Legii 38/2008 [40])

- Etapa II

La data de 08.05.1996, odată cu intrarea în vigoare a Legii nr.588/1995 privind mărcile și denumirile de origine a produselor, Regulamentul provizoriu din 1993 a fost abrogat în partea ce se referea la mărci și denumiri de origine. Legea nr 588/1995 conținea prevederi clare referitoare la denumirile de origine, însă nu conținea prevederi exprese referitor la indicații geografice, acestea fiind protejate indirect prin neadmiterea înregistrării în calitate de marcă. În plus, regimul de reglementare a denumirilor de origine era foarte similar regimului juridic al mărcilor (certificat de înregistrare, titular cu drepturi exclusive, valabilitatea limitată la 10 ani).

- Etapa III

Urmare intrării în vigoare, la 1 iulie 1998, a Acordului de Parteneriat și Cooperare (APC) între Comunitatea Europeană și statele ei membre, pe de o parte, și Republica Moldova, pe de altă parte, semnat la Bruxelles la 28 noiembrie 1994, statul nostru și-a asumat obligația de a armoniza legislația cu aquis-ul comunitar. În rezultat, la data de 25.07.2008 a fost înaintată și adoptată în a doua lectură Legea nr.66/2008 privind protecția denumirilor de origine, indicațiilor geografice și specialităților tradiționale garantate care a intrat în vigoare la 25.10.2008. Legea 66/2008 este armonizată cu următoarele acte normative comunitare [31] :

a) REGULAMENTUL (CE) nr. 510/2006 AL CONSILIULUI din 20 martie 2006 privind protecția indicațiilor geografice și a denumirilor de origine ale produselor agricole și alimentare [57]

b) REGULAMENTUL (CE) nr. 509/2006 AL CONSILIULUI din 20 martie 2006 privind specialitățile tradiționale garantate din produse agricole și alimentare [58]

c) Directiva (CE) nr. 48/2004 a Parlamentului European și a Consiliului din 29 aprilie 2004 privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală [21]

și, cu toate că a fost elaborată pe parcursul anului 2007, datorită asistenței experților europeni de care a beneficiat Republica Moldova și eforturilor depuse de către specialiștii autohtoni aceasta este conformă cu Regulamentul (CE) nr. 110/2008 AL CONSILIULUI din 15 ianuarie 2008 privind definirea desemnarea prezentarea etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase, Regulamentul 479/2008 al Consiliului din 29 aprilie 2008 privind organizarea comună a pieței vitivinicole și chiar cu Regulamentul nr. 1151/2012 privind schemele de calitate pentru produse agricole și alimentare.

Există o singură diferență majoră între Legea 66/2008 și actele comunitare menționate și anume faptul că, spre deosebire de ultimele, legea menționată nu limitează domeniul potențial de acoperire a indicațiilor geografice. Astfel, în conformitate cu prevederile Legii 66/2008 de indicații geografice pot beneficia atât produse agricole cât și produse artizanale, manufacturate sau chiar resurse naturale, cum ar fi piatra sau argila. Această prevedere este conformă cu reglementările internaționale, în special prevederile Aranjamentului de la Lisabona.

Astfel, la etapa actuală **cadrul național** de reglementare a domeniului indicațiilor geografice este constituit din următoarele acte normative de bază:

- Legea privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate nr.66-XVI (adoptată la 27.03.2008, în vigoare din 25.10.2008) [31];

- Regulamentul privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 610 din 05.07.2010 [59];

- Hotărârea Guvernului nr. 644 din 19.07.2010 cu privire la desemnarea autorităților competente abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu denumiri de origine și indicații geografice și la specialitățile tradiționale garantate și a autorităților competente responsabile de controalele oficiale privind conformitatea acestor produse (în continuare Hotărârea Guvernului 644/2010) [23].

Concomitent, în conformitate cu prevederile legale, și anume cu art. 35 din Legea 66/2008, în vederea marcării produselor cu indicație geografică protejată sau denumire de origine protejată urmează a fi utilizate niște simboluri naționale asociate acestora, aprobate de Guvern. În acest scop, în perioada anilor 2012-2013 s-a desfășurat Concursul pentru crearea simbolurilor naționale asociate indicațiilor geografice protejate (IG), denumirilor de origine protejate (DO) și specialităților tradiționale garantate (STG). În cadrul concursului au fost desemnați 9 câștigători, inclusiv pentru IG -3, DO-3 și STG-3.

- Legea pentru aprobarea simbolurilor naționale asociate IG protejate, DO protejate și STG a fost adoptată la 12.06.2014 sub nr.101 [33]. Astfel, urmare adoptării, simbolurile din anexa la legea menționată vor fi utilizate pentru marcarea produselor cu indicație geografică protejată sau cu denumire de origine protejată.

De asemenea există o serie de **acte normative ce au tangențe cu domeniul vizat**, printre acestea se numără:

- Legea viei și vinului nr. 57-XVI din 10.03.2006 (care conține prevederi importante referitoare la vinurile cu IG și DO) [34];

- Hotărârea Guvernului nr. 551 din 07.06.2005 cu privire la unele măsuri pentru producerea vinurilor cu denumiri de origine [24];

- Ordinul MAIA nr. 105 din 10 iunie 2011 privind aprobarea delimitării ariilor geografice vitivinicole pentru producerea vinurilor cu indicație geografică protejată [45].

- Ordinul MAIA nr. 50 din 04.04.2012 privind aprobarea delimitării ariilor geografice vitivinicole pentru producerea vinurilor cu denumire de origine protejată [46].

Ținând cont de faptul că o reglementare explicită privind indicațiile geografice a apărut în Republica Moldova abia în anul 2008, până atunci direct fiind reglementate doar denumirile de origine, dar și reieșind din faptul că interesele unor agenți economici importanți erau lezate de

lipsa cadrului normativ corespunzător, la nivel național au fost adoptate o serie de **legi speciale** prin care se recunosc și se reglementează 3 indicații geografice naționale de importanță majoră pentru țara noastră, și anume:

- Legea nr. 322-XV din 18.07.2003 cu privire la declararea complexului „Combinatul de vinuri "Cricova" S.A." ” drept obiect al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova [35];

- Legea nr. 199-XVI din 28.07.2005 cu privire la acordarea statutului de obiectiv al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova bunurilor Întreprinderii de Stat Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici" [36].

- Legea nr. 251-XVI din 04.12.2008 privind constituirea Rezervației cultural-naturale “Orheiul Vechi” [37];

- Hotărîrea Guvernului nr. 228 din 23.03.2009 cu privire la constituirea Rezervației cultural-naturale “Orheiul Vechi” [25].

Mai detaliat referitor la fiecare dintre aceste 3 indicații geografice, precum și la potențialul dar și carențele sistemelor instituite prin aceste legi speciale ne vom referi în capitolul următor.

Dat fiind faptul că legislația în domeniul producerii produselor cu indicații geografice dar și a producerii vinurilor și produselor vitivinicole a fost modificată pe parcursul anilor, dar și ținând cont de orientarea exporturilor noastre spre piețele europene pe parcursul ultimilor 2-3 ani au fost întreprinse o serie de măsuri în vederea elaborării unui cadru normativ adecvat care ar răspunde și necesităților producătorilor vizați dar și ar asigura un nivel calitativ satisfăcător al produselor noastre asigurând atractivitatea acestora pentru potențialii consumatori. În acest context în cadrul Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare (MAIA) și cu suportul experților străini de asistență cărora a beneficiat țara noastră, a fost elaborată Reglementarea Tehnică cu privire la organizarea pieței vitivinicole, care se află la etapa de promovare (conform informației MAIA) [52]. Reglementarea menționată se referă la organizarea pieței vitivinicole și stabilește normele privind potențialul de producție, cerințele esențiale privind obținerea produselor vitivinicole, etapele organizării producerii și comercializării produselor vitivinicole cu denumire de origine protejată și produselor cu indicație geografică protejată, modul de elaborare și aprobare a caietului de sarcini, normele specifice privind producerea produselor vitivinicole ecologice, procedeele tehnologice autorizate și restricțiile în enologie, cerințele față de etichetare, procedurile de evaluare a conformității, cerințele față de trasabilitatea producției vitivinicole.

Un aspect esențial al protecției indicațiilor geografice îl constituie **asigurarea respectării drepturilor** asupra acestora, în acest context prezentăm în continuare **normele naționale ce țin de** acest aspect al protecției IG:

- Legea nr. 66/2008 conține capitolul VI „Asigurarea respectării drepturilor” în care sunt stipulate normele principale referitoare la acțiunile privind încălcarea drepturilor, acțiunile de declarare a neîncălării drepturilor, măsurile de asigurare a probelor pînă la intentarea acțiunii, asigurarea probelor în cazuri de urgență, nulitatea măsurilor de asigurare a probelor, prezentarea și asigurarea probelor în cadrul acțiunii privind încălcarea drepturilor, dreptul la informare, măsurile de asigurare a acțiunii privind încălcarea drepturilor, măsurile corective, asigurarea executării hotărîrii judecătorești, măsurile de alternativă, despăgubirile, publicarea hotărîrilor judecătorești [31];

- Codul contravențional al Republicii Moldova nr. 218 din 24.10.2008 - Art.97¹, 283, 408, 440 conține prevederi referitoare la sancțiunile pentru utilizarea ilegală a denumirii de origine a produsului și a indicației geografice, falsificarea și contrafacerea produselor [9];

- Codul penal al Republicii Moldova nr. 985 din 18.04.2002 - Articolul 185² care prevede răspunderea penală pentru încălcarea drepturilor asupra unei indicații geografice sau denumiri de origine [10];

- Codul de procedură penală al Republicii Moldova nr. 122 din 14.03.2003 (partea specială) – Art. 276 care stabilește procedura ce trebuie urmată pentru a porni urmărirea penală pe cauza încălcării unui drept asupra IG [11];

- Codul Vamal al Republicii Moldova nr. 1149 din 20.07.2000 - Capitolul XII “Aplicarea măsurilor la frontieră în vederea protecției proprietății intelectuale”, în special art. 301-305 în care este descrisă procedura pe care urmează să o respecte o persoană interesată în vederea asigurării respectării drepturilor sale asupra proprietății intelectuale dar și stabilește care sunt acele situații în care Serviciul Vamal intervine [12].

Astfel potrivit normelor legale stipulate mai sus asigurarea respectării drepturilor asupra indicațiilor geografice în Republica Moldova se poate realiza [sursele 50, 51]:

A) de către titularul dreptului de utilizare sau de către o altă persoană interesată prin intermediul:

a) mijloacelor de drept civil (acțiune privind interzicerea utilizării unei denumiri de origine sau indicații geografice protejate)

b) mijloacelor de drept penal (intentarea dosarului penal persoanei care a săvârșit infracțiunea de încălcare a dreptului asupra IG conform art. 185² Cod Penal al Republicii Moldova nr. 985-XV din 18.04.2002);

c) mijloacelor de drept contravențional (intentarea dosarului contravențional persoanei care a săvârșit contravenția de încălcare a dreptului asupra IG conform art. 97¹, 283, Cod Contravențional al Republicii Moldova nr. 218-XVI din 24.10.2008);

d) asigurării respectării drepturilor privind IG la frontieră. Mecanismul actual de aplicare a măsurilor de protecție la frontieră în privința obiectelor de proprietate intelectuală

prevede posibilitatea inițierii acestora, de către titularul de drepturi prin depunerea unei cereri de intervenție (Capitolul XII din Codul Vamal al Republicii Moldova nr.1149-XIV din 20 iulie 2000).

B) *ex officio* de către organele de urmărire penală sau de către agentul constatatator.

În cazul în care organul de urmărire penală sau agentul constatatator depistează nemijlocit sau este sesizat despre săvârșirea sau pregătirea pentru săvârșirea unor infracțiuni de încălcare a dreptului de proprietate intelectuală, acesta notifică titularul de drepturi sau autoritatea abilitată conform legislației privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate despre acestea. Astfel:

a) În cazul asigurării respectării drepturilor privind IG la frontieră, organul vamal poate suspenda operațiunea de vămuire și/sau să rețină, pe un termen de 3 zile lucrătoare, mărfurile dacă are temeiuri suficiente de a considera că aceste mărfuri aduc atingere unui drept de proprietate intelectuală. Organul vamal notifică titularul de drept și declarantul/ destinatarul mărfurilor, dacă aceștia din urmă sînt cunoscuți, despre măsura aplicată, după un model stabilit de Serviciul Vamal. Termenul de 3 zile începe să curgă de la data la care titularul de drept a primit notificarea. Dacă în termenul prevăzut de 3 zile lucrătoare titularul de drept nu depune cerere de intervenție, organul vamal ridică măsura de reținere a mărfurilor și/sau efectuează vămuirea acestora, cu condiția satisfacerii celorlalte exigențe legale (art. 302, Capitolul XII din Codul Vamal al Republicii Moldova nr.1149-XIV din 20 iulie 2000).

b) În cazul asigurării respectării drepturilor asupra IG pe piața internă organele de urmărire penală sau agentul constatatator (Agenția pentru Protecția Consumatorului în cazul indicațiilor geografice) vor examina cauza contravențională și vor aplica sancțiunile corespunzătoare sau în cazul unor infracțiuni în proporții deosebit de mari (Procuratura Generală) va porni urmărirea penală, cu condiția că titularul de drepturi, în termen de 15 zile lucrătoare de la data primirii unei notificări despre faptul depistării mărfurilor care aduc atingere IG, va depune o plîngere în acest sens.

În alegerea mijlocului de asigurare a drepturilor asupra obiectelor de proprietate intelectuală se va ține cont de gravitatea încălcării precum și de proporțiile daunelor cauzate, astfel pentru daune mai mari de 50000 lei va fi intentat un proces penal.

De asemenea, în dependență de gravitatea faptei, răspunderea (administrativă, penală) pentru încălcarea drepturilor asupra obiectelor de proprietate intelectuală poate lua următoarele forme:

- amendă aplicată persoanelor fizice și juridice în cuantum de la 80 u.c.(160 lei) – pînă la 10 000 u.c.(200 000 lei);
- muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore;
- privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 1 la 5 ani;

- privațiune de libertate de pînă la un an și de la 3 la 5 ani.

Informația detaliată referitoare la prevederile legale în domeniul asigurării drepturilor poate fi găsită la adresa: <http://agepi.gov.md/md/legislation/national.php>

Concomitent, în vederea edificării unui sistem solid de protecție a indicațiilor geografice Republica Moldova pe parcursul anilor a aderat la următoarele **convenții, aranjamente, tratate internaționale ce țin de domeniul IG:**

- Convenția de la Paris pentru protecția proprietății industriale (în vigoare pentru RM din 25.12.1991) care este în fond primul act internațional ce atribuie clar denumirile de origine și indicațiile de proveniență la categoria drepturilor de proprietate industrială [116];

- Aranjamentul de la Madrid privind sancțiunile pentru indicațiile false sau înșelătoare de proveniență a produselor (în vigoare pentru RM din 05.04.2001) care prevede procedurile ce urmează să fie instituite în țările semnatare în vederea asigurării respectării drepturilor asupra IG dar și pentru contracararea acțiunilor de utilizare a indicațiilor false sau înșelătoare de proveniență a produselor [109];

- Aranjamentul de la Lisabona privind protecția indicațiilor locului de origine a produselor și înregistrarea lor internațională (în vigoare pentru RM din 05.04.2001) (în continuare - Aranjamentul de la Lisabona). Acest tratat stabilește procedura pentru înregistrarea internațională a denumirilor de origine. La data de 01.01.2014 la acest tratat erau parte 28 de țări. Spre deosebire de alte tratate instituite și gestionate de către Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (OMPI), Aranjamentul de la Lisabona nu se rezumă la reglementarea procedurii de înregistrare ci conține și definirea obiectului protejat, cerințe minime de protecție, cerințe minime pentru asigurarea respectării drepturilor, etc.; Aranjamentul de la Lisabona este primul tratat internațional în care a fost dată definiția noțiunii denumire de origine. Astfel, la art. 2 (1) denumirea de origine este definită ca fiind: *denumirea geografică a țării, regiunii sau localității utilizată pentru desemnarea produsului provenit din acest teritoriu, calitatea și proprietățile căruia sunt determinate exclusiv sau într-o măsură considerabilă de mediul geografic, incluzând factorii naturali și etnografici* [104].

Totodată, după cum menționam anterior, Aranjamentul de la Lisabona conține și prevederi referitoare la cerințele minime de protecție.

Articolul 3: *Protecția se acordă împotriva oricărei atribuirii sau imitații chiar în cazurile în care originea adevărată a produsului este indicată sau în cazurile în care indicația este utilizată în traducere sau este însoțită de expresii cum ar fi “de genul”, “de tipul”, “de modelul”, “imitație” sau altele.*

Așadar, dacă comparăm cu alte domenii ale proprietății intelectuale mărci, invenții, desene și modele industriale¹ [sursele 117, 118, 120, 137, 144], Aranjamentul de la Lisabona cumulează într-un fel prevederile a 2 potențiale tratate unul de procedură și altul de reglementare juridică. Anume din această cauză numărul semnatarilor nu este atât de mare, deoarece nu toate țările sunt gata pentru instituirea unui sistem atât de riguros referitor la protecția denumirilor de origine. Concomitent, Aranjamentul de la Lisabona este și destul de rigid în ceea ce privește obiectul reglementat și condițiile de aderare, iată de ce în cadrul celei de-a 23-a (a 6-a extraordinară) întrunire a Uniunii de la Lisabona a fost decisă instituirea unui Grup de Lucru care ar revizui tratatul existent și ar găsi modalitățile de eficientizare a acestuia. Pentru a atrage mai mulți membri și a lărgi aria de acoperire a tratatului, dar și pentru a răspunde cerințelor unor potențiali semnatori, în cadrul ședințelor Grupului de Lucru pentru Dezvoltarea Aranjamentului de la Lisabona au fost decise următoarele [sursele 105-108]:

- includerea posibilității aderării la tratat și a organizațiilor interguvernamentale (cum ar fi Comunitatea Europeană, Organizația Africană a Proprietății Intelectuale, etc);
- includerea alături de denumirile de origine a indicațiilor geografice ca obiect de protecție;
- asigurarea aceluiași nivel înalt de protecție pentru ambele obiecte (IG și DO)
- posibilitatea protecției unor indicații geografice sau denumiri de origine protejate în țara de origine în baza unui alt instrument decât cel garantat printr-un sistem *sui generis*.

Grupul de Lucru pentru Dezvoltarea Aranjamentului de la Lisabona a fost convocat de 10 ori în sesiuni de lucru și urmează ca în perioada 11-21 mai 2015 să fie convocată Conferința Diplomatică în cadrul căreia Proiectul Noului Tratat va fi înaintat statelor membre pentru adoptare.

Republica Moldova a participat activ la majoritatea ședințelor Grupului de Lucru expunându-se în plen în favoarea sau în defavoarea anumitor propuneri înaintate de diferiți participanți la ședințe, astfel încât interesele legale ale țării noastre au fost luate în calcul la elaborarea Noului Tratat.

¹ În domeniul mărcilor există Aranjamentul de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor și Protocolul referitor la acest Aranjament care stabilesc procedura pentru înregistrarea internațională a mărcilor și Tratatul privind dreptul mărcilor (TLM) și Tratatul de la Singapore privind dreptul mărcilor care stabilesc normele și condițiile generale de protecție; În domeniul invențiilor există Tratatul de cooperare în domeniul brevetelor (PCT) pentru reglementarea procedurii de înregistrare și Tratatul privind dreptul brevetelor (PLT) care reglementează cerințele de bază față de protecție și obiectele protecției; în domeniul desenelor și modelelor industriale există Aranjamentul de la Haga privind depozitul internațional de desene și modele industriale și deja Conferința diplomatică din 2015 urmează să fie adoptat Tratatul privind dreptul desenelor și modelelor industriale (DLT) care conține prevederi referitoare la obiectul reglementat dar și condițiile minime de protecție.

- Acordul privind aspectele drepturilor de proprietate intelectuală legate de comerț (Acordul TRIPS) încheiat la Marrakech (Legea pentru aderarea Republicii Moldova la Organizația Mondială a Comerțului nr.218-XV din 01.06.2001) [143]. Este, la moment, datorită numărului mare de state semnatare, cel mai important tratat internațional ce reglementează protecția indicațiilor geografice. Conține definirea noțiunii de indicație geografică (vezi cap. 1) dar și reglementează cerințele minime față de asigurarea respectării drepturilor asupra unei indicații geografice: în ceea ce privește indicațiile geografice, Membrii vor prevedea mijloacele juridice care să permită părților interesate să împiedice:

- utilizarea, în desemnarea sau prezentarea unui produs, a oricărui mijloc care indică sau sugerează că produsul în cauză este originar dintr-o regiune geografică alta decât locul adevărat de origine într-un mod care să inducă publicul în eroare cu privire la originea geografică a produsului;
- orice utilizare care constituie un act de concurență neloială în sensul Articolului 10 *bis* al Convenției de la Paris (1967).

În plus, Acordul TRIPS conține la art 23 prevederi speciale privind protecția suplimentară a indicațiilor geografice pentru vinuri și produse alcoolice. Aceste prevederi suplimentare au fost introduse la cererea unor Părți deosebit de interesate de acest domeniu cum ar fi Franța, Portugalia, Italia, Spania, Marea Britanie, care se ciocneau și se ciocnesc în continuare de problema nerespectării drepturilor asupra denumirilor de origine faimoase pentru domeniul menționat cum ar fi Champagne, Cahors, Cognac, Scotch Whiskey, Portwein, etc.

Pe viitor, aceste prevederi speciale din cadrul Acordului TRIPS vor fi preluate în textul Noului Tratat privind protecția denumirilor de origine și a indicațiilor geografice menționat mai sus.

- Acordul privind măsurile de prevenire și combatere a utilizării mărcilor și indicațiilor geografice false, semnat la Minsk (în vigoare pentru RM din 04.06.1999) conține prevederi potrivit cărora Republica Moldova alături de celelalte state semnatare (în total 12 țări din spațiul post sovietic) se obligă să nu permită înregistrarea și utilizarea mărcilor și indicațiilor geografice false și înșelătoare [1];

- Acordul între Republica Moldova și Uniunea Europeană cu privire la protecția indicațiilor geografice ale produselor agricole și alimentare, în vigoare de la 01.04.2013 (în continuare – Acordul IG RM-UE) în baza căruia Părțile se obligă să-și protejeze reciproc indicațiile geografice [2]. În baza Acordului RM – UE, țara noastră urmează să asigure protecție pentru peste 3100 de indicații geografice europene, iar Uniunea Europeană s-a obligat să acorde protecție celor 2 denumiri de origine autohtone CIUMAI și ROMANEȘTI care sunt protejate în conformitate cu Legea 66/2008 [42] (detalii referitor la Acordul IG RM-UE vor fi prezentate ulterior).

Cadrul instituțional

În conformitate cu legislația în vigoare a fost creat și cadrul instituțional necesar protecției indicațiilor geografice. Astfel, rolul principal în sistemul de protecție al indicațiilor geografice îi revine Agenției de Stat pentru Proprietatea Intelectuală care este oficiul național în domeniul protecției proprietății intelectuale și unica autoritate care acordă pe teritoriul Republicii Moldova protecție juridică indicațiilor geografice. De asemenea AGEPI este autoritatea competentă a Republicii Moldova în cadrul Uniunii Speciale a Țărilor Membre la Aranjamentul de la Lisabona [31].

Sistemul indicațiilor geografice fiind unul complex, prin Hotărîrea Guvernului nr. 644 din 19.07.2010, au fost abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu denumiri de origine și indicații geografice conform domeniului reglementat:

Tabelul 2.1. Autorități responsabile de omologarea caietelor de sarcini pentru produse cu indicații geografice și denumiri de origine

Autoritatea	Domeniul reglementat
Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare	Cereale și produse cerealiere (făină, crupe) Fructe și produse din fructe Legume și produse din legume Nuci Ceaiuri, extracte naturale din plante Uleiuri Carne și produse din carne Pește și produse din pește Lapte și produse lactate Grăsimi alimentare Ouă Miere Produse de cofetărie Pâine și produse de panificație Paste făinoase Condimente, sosuri Uleiuri esențiale Tutun și produse din tutun Produse vinicole și alcoolice Bere

	Băuturi nealcoolice Ape minerale naturale
Ministerul Sănătății	Ape minerale medicinale Ceaiuri medicinale Produse parafarmaceutice
Ministerul Culturii	Obiecte de artizanat
Ministerul Mediului	Materie primă minerală (piatră, nisip, argile, diatomit, tripol, bentonit etc.)
Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor	Materiale și produse pentru construcții

Sursa: [23]

Aceste autorități sunt responsabile de omologarea caietelor de sarcini, definitivarea principiilor generale, aprobarea etapelor și procedurilor de control în scopul asigurării respectării caietelor de sarcini.

De asemenea, în conformitate cu Hotărîrea Guvernului nr. 644 din 19.07.2010 au fost desemnate următoarele instituții responsabile de controalele oficiale privind conformitatea produselor cu denumiri de origine și indicații geografice și a specialităților tradiționale garantate pe domenii:

Tabelul 2.2. Autorități responsabile de verificarea respectării prevederilor caietelor de sarcini

Autoritatea	Domeniul Reglementat
Agenția pentru Protecția Consumatorilor	Toate domeniile
Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor	Cereale și produse cerealiere (făină, crupe) Fructe și produse din fructe Legume și produse din legume Nuci Ceaiuri, extracte naturale din plante Uleiuri Tutun și produse din tutun
Centrul Vinificație și Tehnologie Alimentară al	Cereale și produse cerealiere (făină, crupe)

Institutului Științifico-Practic de Horticultură și Tehnologii Alimentare	Fructe și produse din fructe Legume și produse din legume Nuci Ceaiuri, extracte naturale din plante Uleiuri
Agencia Sanitar-Veterinară și pentru Siguranța Produselor de Origine Animală	Carne și produse din carne Pește și produse din pește Lapte și produse lactate Grăsimi alimentare Ouă Miere
Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Producției Alcoolice	Produse vinicole și alcoolice Bere
Î.S. “Centrul Național de Verificare a Calității Producției Alcoolice”	Produse vinicole și alcoolice
Serviciul de Supraveghere de Stat a Sănătății Publice	Băuturi nealcoolice Ape minerale naturale
Inspekția de Stat în Construcții	Materiale și produse pentru construcții
Ministerul Culturii	Obiecte de artizanat
Agencia pentru Geologie și Resurse Minerale	Materie primă minerală (piatră, nisip, argile, diatomit, tripol, bentonit, etc.)
Agencia Medicamentului	Ape minerale medicinale Ceaiuri medicinale Produse parafarmaceutice

Sursa: [23]

Aceste instituții sunt responsabile de efectuarea controalelor oficiale privind conformitatea acestor produse cu reglementările tehnice și cerințele stabilite în caietele de sarcini.

În linii mari cadrul instituțional privind protecția indicațiilor geografice în Republica Moldova este reprezentat de 4 categorii de instituții:

- producătorii

- autoritățile responsabile de omologarea caietelor de sarcini
- autoritatea responsabilă de înregistrarea propriu-zisă a indicațiilor geografice
- autoritățile responsabile de controlul respectării caietelor de sarcini

Schematic conlucrarea dintre aceste 4 categorii de instituții poate fi prezentată astfel:

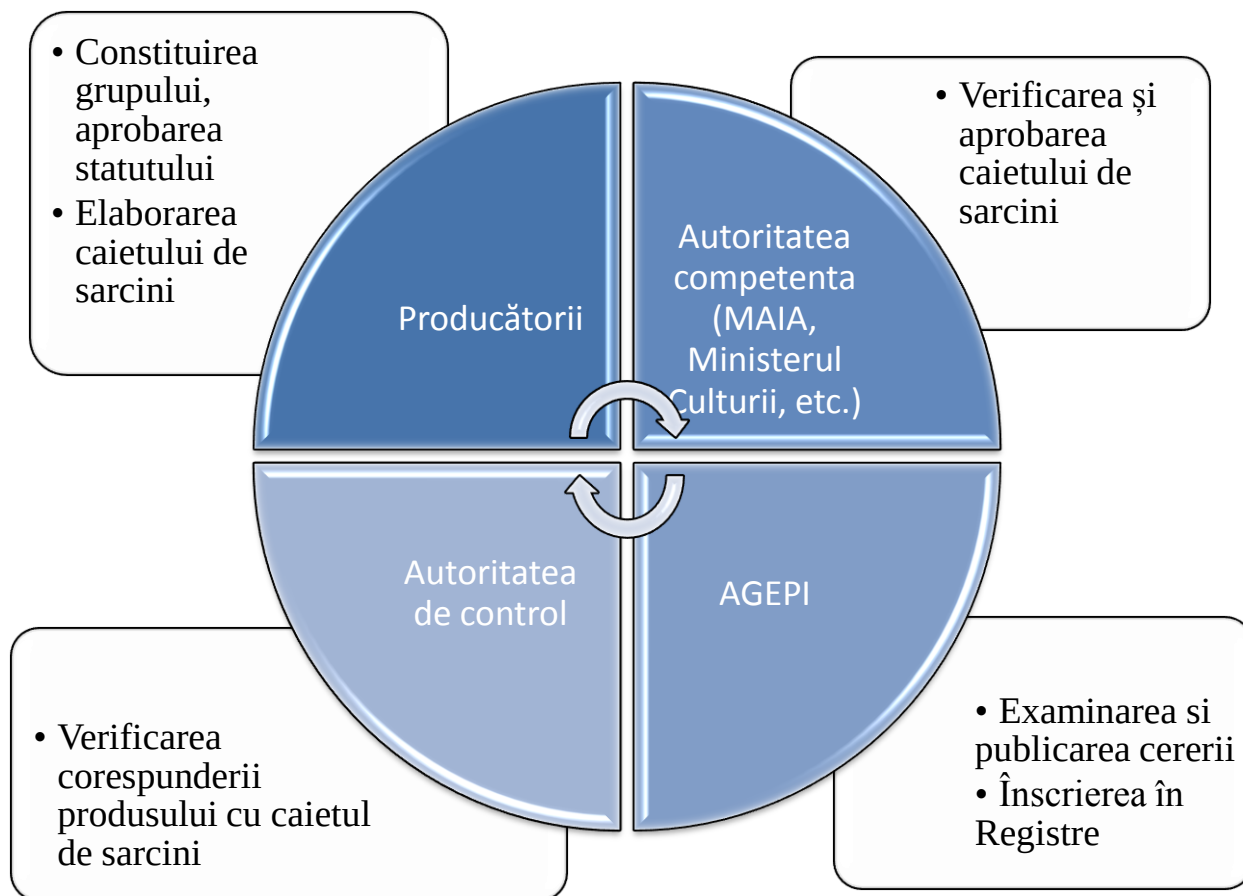


Figura 2.1. Conlucrarea între diverși actori în sistemul indicațiilor geografice

Sursa: *Elaborată de autor în baza [22]*

Concomitent, după cum menționam anterior, un aspect important al protecției indicațiilor geografice îl constituie asigurarea respectării drepturilor. De acest aspect al protecției de facto sunt responsabili în primul rând titularii dreptului de utilizare care se pot adresa la următoarele organe de stat:

- Agenția pentru Protecția Consumatorului în calitate de agent constatatator desemnat astfel în virtutea Codului Contravențional
- Procuratura Generală în calitate de organ de urmărire penală
- Serviciul Vamal pentru asigurarea drepturilor la frontieră

Urmare celor relatate mai sus putem conchide că sistemul național de protecție al indicațiilor geografice este deja constituit în partea teoretică, adică avem un cadru legal solid și un cadru instituțional adecvat. În cele ce urmează vom analiza cum lucrează acest sistem în practică.

2.2 Protecția indicațiilor geografice și analiza perspectivelor de dezvoltare a pieței produselor cu indicații geografice în Republica Moldova

Protecția indicațiilor geografice în Republica Moldova este asigurată:

- în temeiul înregistrării lor la AGEPI, sau
- în baza convențiilor internaționale la care Republica Moldova este parte (inclusiv a convențiilor bilaterale sau multilaterale *încheiate de Republica Moldova*)

În conformitate cu prevederile legale, doar **un grup** este în drept să depună o cerere de înregistrare a unei denumiri de origine, sau a unei indicații geografice [15].

Prin „grup” se înțelege orice asociere, indiferent de forma sa juridică sau componența sa, de producători care desfășoară o activitate de producție în aria geografică delimitată, pentru produsele indicate în cerere. La acest grup pot participa și alte părți interesate.

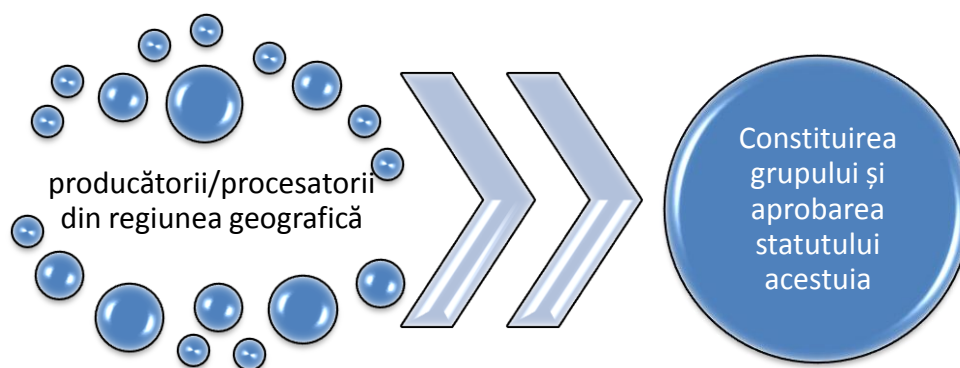
O persoană fizică sau juridică poate fi asimilată unui grup dacă, la momentul depunerii cererii de înregistrare, este unica în aria geografică delimitată care produce, prelucrează sau prepară produsele indicate în cerere și dacă aria delimitată prezintă caracteristici deosebite față de zonele limitrofe.

Procedura de înregistrare a indicațiilor geografice la nivel național se compune din:

- acțiuni premergătoare înregistrării;
- înregistrarea propriu-zisă;
- acțiuni posterioare înregistrării.

Acțiunile premergătoare înregistrării sunt cele mai complexe, implică cei mai mulți actori și sunt cele mai de durată, acestea se compun din următoarele etape:

- constituirea grupului



În aria geografică vizată poate exista un singur producător, dar pot exista și sute de producători/procesatori interesați de protecția IG.

- În conformitate cu Legea 66/2008 forma asocierii este liberă, iar statutul trebuie să asigure
- a) reprezentativitatea grupului în raport cu filiera
- b) accesibilitatea grupului pentru alți aderenți
- c) misiunile grupului în raport cu denumirea de origine, indicația geografică

Figura 2.2. Constituirea grupului

Sursa: *elaborată de autor în baza [31]*

Constituirea grupului începe cu detectarea potențialilor producători interesați, delimitarea intereselor economice comune și se finalizează cu întocmirea și aprobarea unui statut în care sunt trecute drepturile și obligațiile membrilor grupului, principiile de asociere dar și structura organizatorică a acestuia (vezi anexa 4)

- delimitarea ariei geografice

Aria geografică poate fi definită prin lista unităților teritorial-administrative (raioanele Ungheni, Călărași și Fălești) sau prin limitele geografice naturale (între r. Prut și r. Nistru). Hotarele ariei geografice pot fi desemnate prin intermediul hotarelor unității administrative sau în mod topografic, indicînd situarea reciprocă a unor localități, obiecte geografice, cum ar fi munți, râuri, construcții etc.

- elaborarea caietului de sarcini care va conține: numele produsului incluzînd denumirea de origine sau indicația geografică, descrierea produsului – cu referire la materiile prime, caracteristici fizice, chimice, organoleptice, etc., delimitarea ariei geografice, elemente de probă cu privire la proveniența produsului în aria geografică delimitată, elemente de probă cu privire la legătura dintre calitățile produsului și aria geografică de producție, indicarea **organismului(lor) de inspecție aprobat(e) de către stat** pentru a controla conformitatea produsului cu caietul de sarcini, orice reguli specifice de etichetare pentru produsul în cauză, descrierea metodei de obținere a produsului și, dacă este cazul, a metodelor locale autentice și

constante, precum și a informațiilor privind ambalarea, atunci când grupul care face cerere stabilește și justifică faptul că ambalarea trebuie să fie efectuată în aria geografică delimitată pentru a păstra calitatea, sau pentru a asigura controlul, etc (vezi anexa 5).

- înaintarea caietului de sarcini spre aprobare autorității competente conform tab.

2.1 prezentat în paragraful precedent

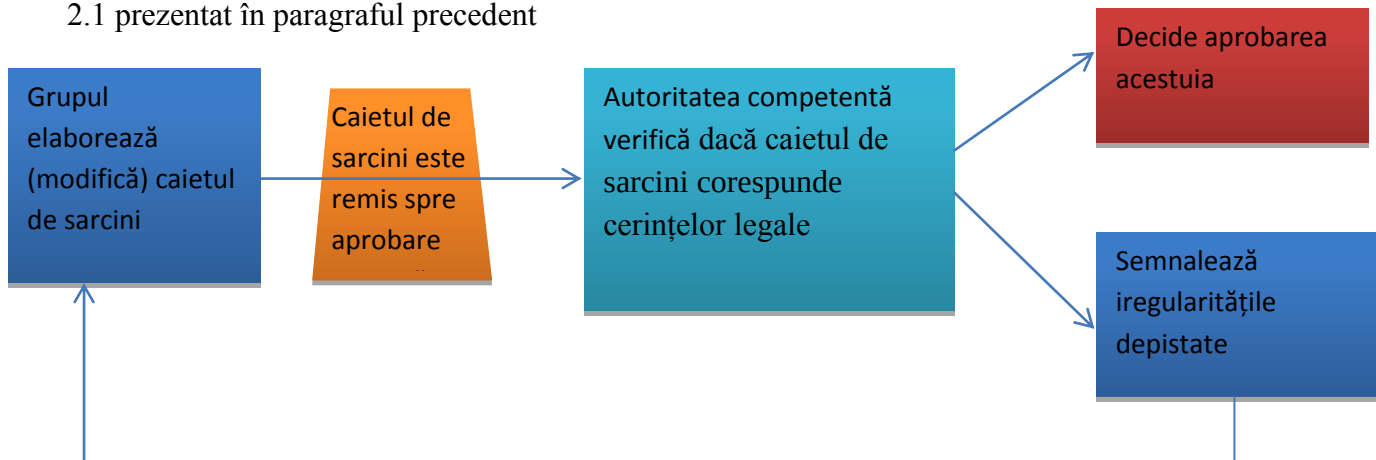


Figura 2.3 Aprobarea caietului de sarcini

Sursa: *elaborată de autor în baza [31]*

Autoritatea competentă examinează dacă caietul de sarcini corespunde cerințelor legale, dacă delimitarea ariei geografice este corectă, dacă nu sunt încălcate drepturile altor producători, dacă este asigurată libertatea asocierii, etc., după care fie:

- Aprobă caietul de sarcini dacă acesta este conform cerințelor legale
- Invită asociația să remedieze iregularitățile depistate dacă este cazul

După ce caietul de sarcini este aprobat, grupul solicitant inițiază procedura de înregistrare propriu-zisă. În acest sens la AGEPI este depusă o cerere de înregistrare pe un formular tip. Cererea de înregistrare va fi însoțită de:

- statutul grupului;
- caietul de sarcini aprobat prin decizia autorității competente;
- documentul unic care conține elementele principale ale caietului de sarcini

În decurs de (maxim) 12 luni AGEPI examinează cererea și pronunță decizia.

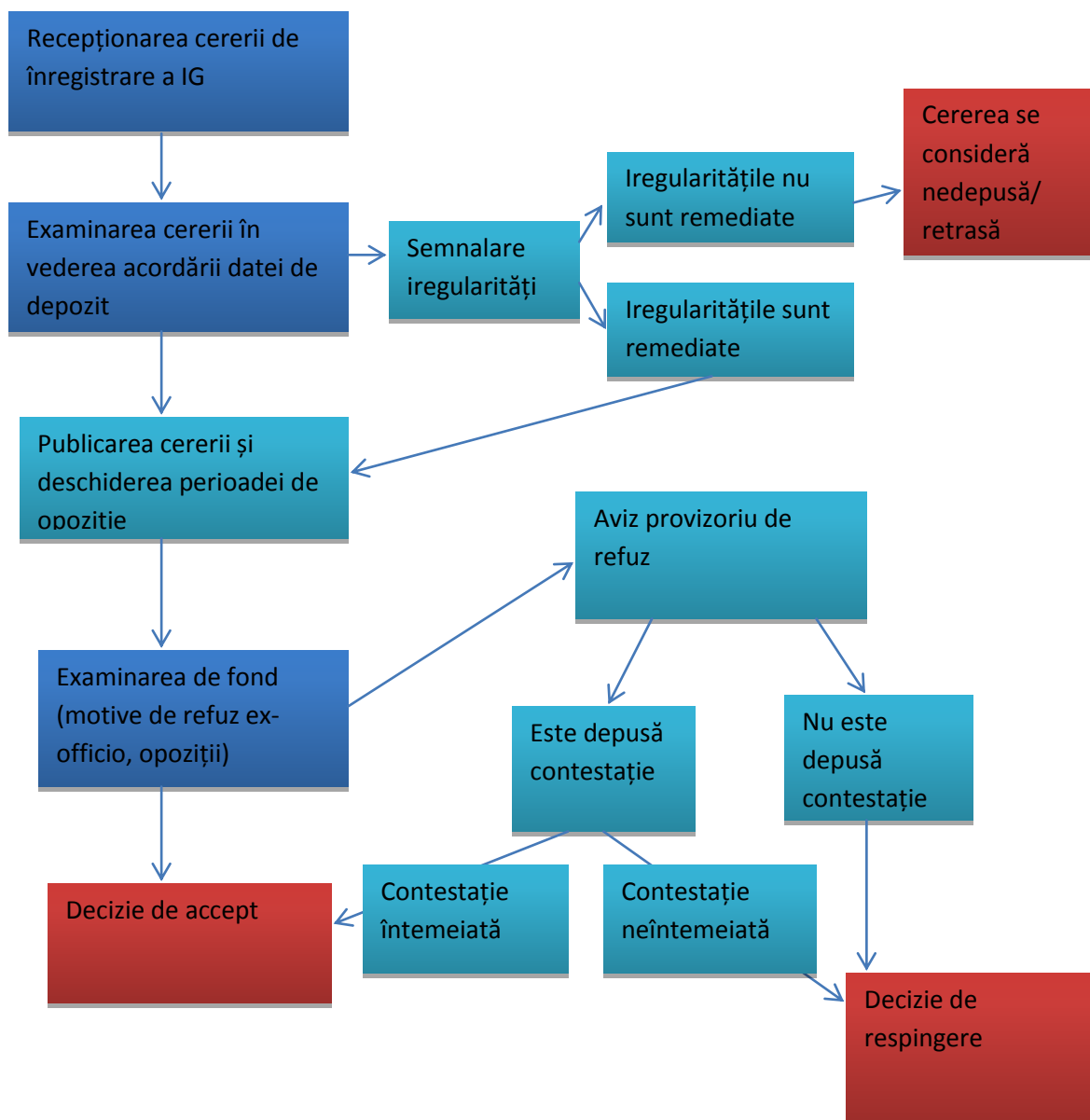


Figura 2.4. Procedura de examinare a cererii de înregistrare a indicației geografice

Sursa: elaborată de autor în baza [31]

După cum se observă din figura 2.4. prezentată mai sus, AGEPI publică cererea în vederea asigurării consultărilor publice, astfel încât în termen de trei luni de la data publicării cererii de înregistrare a denumirii de origine, sau a indicației geografice, orice persoană care are un interes legitim, este în drept să se opună înregistrării, prin depunerea unei opoziții.

În plus, AGEPI va examina dacă cererea poate fi acceptată ținând cont de faptul că sunt excluse de la protecție și nu pot fi înregistrate:

- denumirile care nu îndeplinesc condițiile specificate în definiție
- denumirile care sunt contrare ordinii publice sau bunelor moravuri;
- denumirile devenite generice

De asemenea, o denumire nu poate fi înregistrată ca denumire de origine sau indicație geografică și atunci când este în conflict cu:

- a) o marcă anterior înregistrată pentru produse identice sau similare...,
- b) denumirea unui soi de plante sau a unei rase de animale
- c) o denumire omonimă sau parțial omonimă deja protejată

dacă înregistrarea va fi de natură să inducă în eroare consumatorul în ceea ce privește identitatea sau originea adevărată a produsului

Înregistrarea denumirii de origine sau a indicației geografice nu generează apariția unor drepturi exclusive, ci doar apariția dreptului de utilizare a acestora.

Durata protecției unei denumiri de origine, sau a unei indicații geografice începe din data de depozit a cererii și este nelimitată.

Dreptul de utilizare a denumirii de origine sau a indicației geografice protejate se acordă pe o perioadă de 10 ani cu posibilitate de reînnoire ori de câte ori este necesar, dacă se mențin condițiile în care acest drept a fost dobândit.

După cum menționam la începutul prezentului capitol după acțiunea de înregistrare propriu-zisă urmează niște acțiuni posterioare înregistrării care se compun în principal din:

- acțiuni de control al respectării cerințelor caietelor de sarcini, realizate de autoritățile stipulate în tab. 4 în paragraful 1 al prezentului capitol, conform schemelor de control aprobate de autoritățile responsabile de omologarea caietelor de sarcini.

- acțiuni de asigurare a respectării drepturilor realizate de către titularii dreptului de utilizare sau de alte persoane interesate reieșind din faptul că înregistrarea DO și IG asigură protecția împotriva oricărei:

- utilizări comerciale directe sau indirecte ... în măsura în care această utilizare permite de a profita de reputația denumirii protejate;

- uzurpări, imitări sau evocări, indicații false sau înșelătoare, practici susceptibile să inducă consumatorul în eroare cu privire la originea adevărată a produsului.

În baza înregistrării directe la AGEPI până la 31.12.2014 au fost înregistrate [5]:

2 DO autohtone - CIUMAI și ROMĂNEȘTI, pentru vinuri (în baza Legii nr. 588-XIII privind protecția mărcilor și denumirilor de origine a produselor);

5 DO din Republica cehă – 4 (Českobudějovické pivo, Budějovické pivo, Budějovický Budvar, Budweis Beer)- pentru bere, 1 (Karlovarská hořká) - pentru băuturi alcoolice tari (în baza Legii nr. 588-XIII privind protecția mărcilor și denumirilor de origine a produselor);

2 DO din Federația Rusă - ESSENTUKI NR. 17, ESSENTUKI NR. 4 – pentru ape minerale (în baza Legii nr. 66-XVI privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine si specialităților tradiționale garantate);

4 IG autohtone – 3 (CODRU, VALUL LUI TRAIAN, ȘTEFAN VODĂ) - pentru vinuri și 1(DIVIN) - pentru distilat de vin învechit (în baza Legii nr. 66-XVI privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine si specialităților tradiționale garantate);.

Toate cele relatate mai sus se referă la protecția indicațiilor geografice în baza înregistrării acestora la AGEPI, mai departe vom relata succint cum este realizată protecția IG pe teritoriul RM în baza convențiilor internaționale la care Republica Moldova este parte (inclusiv a convențiilor bilaterale sau multilaterale *încheiate de Republica Moldova*).

Vom prezenta pentru început procedura de înregistrare a denumirilor de origine prin sistemul instituit de Aranjamentului de la Lisabona.

Aranjamentul de la Lisabona este acel tratat internațional în baza căruia a fost instituit sistemul de înregistrare internațională a denumirilor de origine. La moment la Aranjamentul de la Lisabona sunt parte 28 de state și anume: Algeria, Bosnia și Herțegovina, Bulgaria, Burkina Faso, Congo, Costa Rica, Cuba, Republica cehă, Republica Democrată Coreiană, Franța, Gabon, Georgia, Haiti, Ungaria, Iran (Republica islamică), Israel, Italia, Mexic, Montenegro, Nicaragua, Peru, Portugalia, Republica Moldova, Serbia, Slovacia, Macedonia, Togo, Tunis. Aria de acoperire a acestui tratat este mult mai restrânsă decât cea a sistemului de la Madrid privind înregistrarea internațională a mărcilor (92 membri), sau a sistemului de înregistrare internațională a invențiilor (PCT) (148 de state). Acest fapt se datorează în mare parte complexității tratatului dar și faptului că în multe state nu există încă un sistem de protecție a indicațiilor geografice/denumirilor de origine.

Procedura de înregistrare internațională a unei denumiri de origine pe cale internațională este una foarte simplificată și puțin costisitoare. Astfel, printr-o singură cerere și achitând o singură dată taxa de 500 CHF (aproximativ 7500 MDL) o denumire de origine este înregistrată în toate statele membre care nu emit în termen de 12 luni din data notificării refuz. Protecția se acordă pentru o perioadă nelimitată de timp ce poate fi întreruptă doar de încetarea protecției denumirii de origine în țara de proveniență [104].

Condiția de bază pentru a solicita protecția unei denumiri de origine pe cale internațională prin sistemul de la Lisabona este ca denumirea de origine să fie protejată ca atare în țara de origine.

AGEPI este autoritatea competentă a Republicii Moldova în cadrul Uniunii Speciale a țărilor membre ale Aranjamentului de la Lisabona. Conform datelor furnizate de AGEPI în raportul anual 2013 [48], în anul de referință AGEPI a recepționat de la Biroul Internațional al OMPI 14 notificări privind înregistrarea internațională a unor noi denumiri de origine în vederea acordării protecției pe teritoriul Republicii Moldova.

Astfel la finele anului 2013 numărul înregistrărilor internaționale ale DO, notificate de Biroul Internațional al OMPI, a atins cifra de 853, dintre acestea 835 au obținut protecție pe teritoriul Republicii Moldova, 6 nu au întrunit condițiile de acordare a protecției, iar altele 12 se află în procedura de examinare. Conform datelor furnizate de Biroul Internațional al OMPI la sfârșitul anului 2013 în Registrul internațional al denumirilor de origine erau înscrise și valabile

816 denumiri de origine [8]. Marea majoritate a acestora provin din Franța, și se referă la vinuri sau băuturi alcoolice.

Tabelul 2.3. Repartizarea denumirilor de origine protejate prin Aranjamentul de la Lisabona pe țări

Țara	Nr. de înregistrări	Țara	Nr. de înregistrări
Algeria	7	Mexic	14
Bulgaria	51	Montenegro	2
Burkina Faso	0	Nicaragua	0
Congo	0	Peru	8
Costa Rica	1	Portugalia	7
Cuba	19	Republica Cehă	76
Franța	509	Republica Moldova	1
Gabon	0	RPD Coreea	6
Georgia	28	Serbia	3
Haiti	0	Slovacia	6
Iran	5	Togo	0
Israel	1	Tunis	7
Italia	33	Ungaria	28
Macedonia	4		
Total	816		

Sursa: adaptat de autor în baza [8]

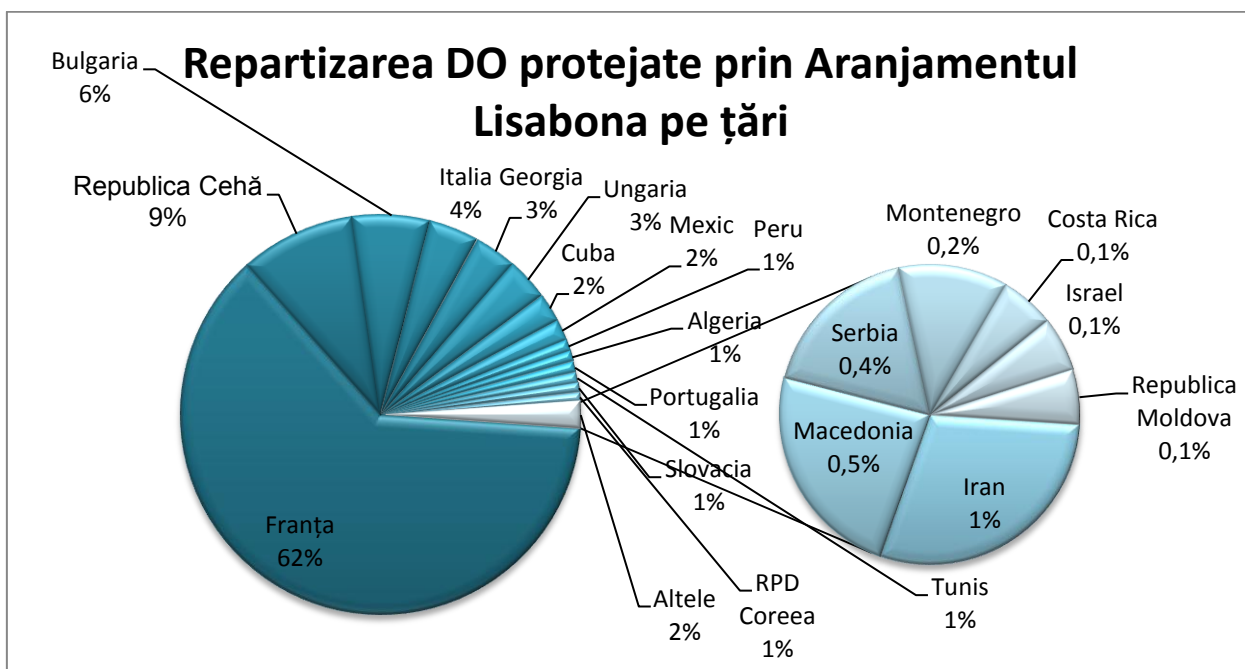


Figura 2.5: Repartizarea denumirilor de origine protejate prin Aranjamentul de la Lisabona pe țări

Sursa: elaborată de autor în baza [8]

Dacă este să analizăm repartizarea denumirilor de origine după produsul căruia i se aplică, atunci se observă că cel mai des protecția este solicitată pentru băuturi în special alcoolice, inclusiv vinuri, urmate la mare distanță de produsele alimentare (cașcavaluri, mezeluri, fructe, legume, pește) și produse nealimentare (sticlărie, ceramică, instrumente muzicale, covoare, etc.).

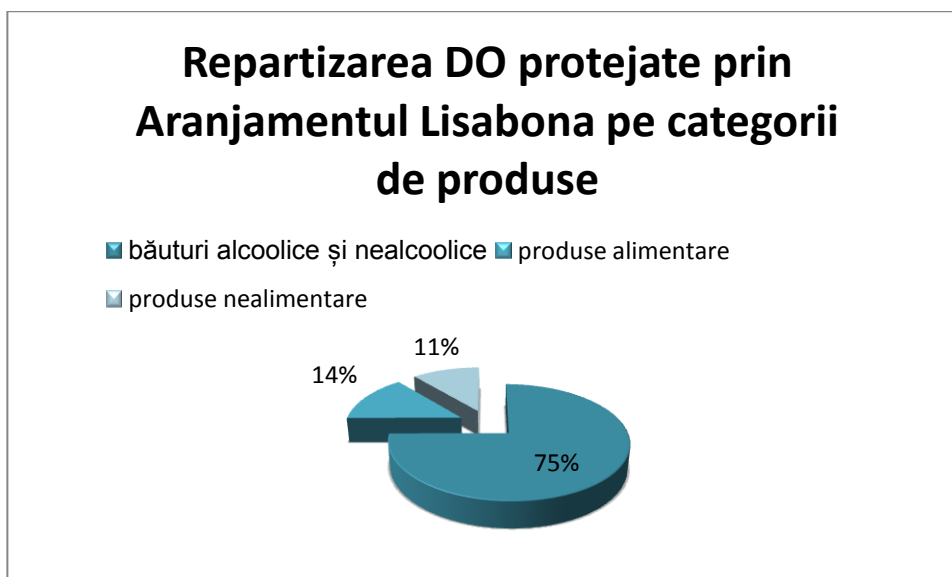


Figura 2.6: Repartizarea denumirilor de origine protejate prin Aranjamentul de la Lisabona pe categorii de produse

Sursa: elaborată de autor în baza [8]

Republica Moldova până la moment a solicitat protecție pe cale internațională pentru 1 denumire de origine, și anume ROMĂNEȘTI.

Dacă este să comparăm cu rezultatele înregistrate la acest capitol de Georgia (țară cu care ne asemuim din punct de vedere istoric) atunci cu siguranță putem afirma că rezultatele țării noastre sunt extrem de modeste (Georgia a înregistrat pe cale internațională 28 de denumiri de origine). Acest fapt se datorează desigur specificului național al Georgiei dar și unor măsuri politice care au fost întreprinse de aceasta (la acest subiect ne vom referi mai detaliat în capitolul următor).

Un alt acord internațional pe care l-a semnat Republica Moldova în domeniul protecției indicațiilor geografice este Acordul bilateral între Republica Moldova și Uniunea Europeană cu privire la protecția indicațiilor geografice ale produselor agricole și alimentare (în continuare Acordul IG RM-UE). Acordul a fost semnat la data de 26 iunie 2012, la Bruxelles, și a fost ratificat de către Uniunea Europeană (UE) la 26.10.2012, iar de către Republica Moldova la 27 decembrie 2012, intrând în vigoare la 01.04.2013.

Prevederile Acordului IG RM-UE sunt încadrate în dispozițiile Acordului privind crearea Zonei de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană (ZLSAC), care, la rândul său, este parte integrantă a Acordului de Asociere RM-UE.

Acordul IG RM-UE vine să contribuie la promovarea și protejarea produselor de calitate, lucru care este benefic nu doar sectorului agricol din Republica Moldova și din UE, dar și consumatorilor. Totodată, prin acest Acord, Republica Moldova și UE s-au angajat să respecte și să protejeze reciproc indicațiile geografice și denumirile de origine înregistrate. De asemenea, Republica Moldova se angajează să intervină în cazul utilizării frauduloase pe teritoriul ei a unor indicații geografice înregistrate în UE, la rândul ei, UE va fi partener în recunoașterea și protejarea pe teritoriul său a indicațiilor de origine moldovenești.

Astfel, Acordul IG RM-UE prevede asigurarea respectării drepturilor și protecția reciprocă a indicațiilor geografice și denumirilor de origine ale unei părți pe teritoriul celeilalte părți din oficiu, ceea ce implică controlul piețelor interne, a conformității produselor, precum și a importului și exportului de mărfuri în vederea prevenirii încălcării drepturilor.

După intrarea în vigoare a Acordului IG RM-UE, Republica Moldova trebuie să protejeze 3136 de IG și DO europene, incluse în anexele la Acord, ulterior numărul acestora urmînd să crească. Pe de altă parte, la momentul intrării în vigoare a Acordului, din partea Republicii Moldova au fost înaintate spre protecție doar două denumiri de origine autohtone - CIUMAI și ROMĂNEȘTI, ceea ce în viziunea mai multor specialiști din domeniu nu corespunde potențialului de producere și export al țării noastre.

Totodată, Acordul IG RM-UE prevede posibilitatea adăugării de către părțile contractante, în anexele la Acord, a unor noi IG pentru a fi protejate. Acest fapt permite

producătorilor din Republica Moldova protejarea, pe teritoriul Uniunii Europene, a indicațiilor geografice autohtone înregistrate în temeiul Legii nr. 66/2008, iar prin acest fapt contribuie la recunoașterea, promovarea exportului și prezența continuă a produselor moldovenești cu IG și DO pe piața UE și asigură sprijinul necesar politicii comune în domeniul calității.

Deja primele 4 IG înregistrate la AGEPI în anul 2013 - CODRU, VALUL LUI TRAIAN, ȘTEFAN VODĂ și DIVIN – au fost înaintate spre protecție la prima reuniune a Comitetului Mixt instituit în cadrul Acordului IG RM-UE. La rândul său, Uniunea Europeană a înaintat peste 358 de IG noi care au fost publicate în aprilie 2014 pentru consultări publice², iar în luna iulie 2014 pentru 356 dintre acestea a fost acordată protecție, altele 2 urmând a fi examinate reiesind din materialele suplimentare prezentate de partea europeană.

O preocupare majoră a părții europene pe tot parcursul negocierilor Acordului a constituit-o utilizarea de către unii producători din Republica Moldova, în special pe produse destinate exportului, a unor denumiri de origine protejate, ce aparțin țărilor-membre UE (Champagne, Cognac, Cahors, Portwein, etc.). Acest lucru se întâmplă în pofida faptului că din 05.04.2001 țara noastră este membră a Aranjamentului de la Lisabona, iar DO în cauză au obținut deja protecție în baza acestuia.

Astfel, conform prevederilor art. 7 din Acordul IG RM-UE, Republica Moldova beneficiază de o perioadă de tranziție de 5 ani de la data intrării în vigoare a acestuia, pentru a lua toate măsurile complementare necesare în vederea opririi oricărei utilizări ilegale a indicațiilor geografice protejate, în special măsurile aplicabile la frontierele vamale.

Trebuie însă să fie foarte clar înțeles că această perioadă de tranziție nu înseamnă nici de cum că producătorii din RM pot să producă și să exporte vinuri sub denumiri de origine europene protejate (cum s-a speculat eronat în presă), deoarece aceasta constituie o încălcare a prevederilor Aranjamentului de la Lisabona la care Republica Moldova este parte încă din 2001.

De asemenea, în urma negocierilor, Acordul a fost semnat cu o Declarație privind adăugarea unor noi indicații geografice ale Republicii Moldova - Cricova, Mileștii Mici și Divin, țara noastră urmând să realizeze toate procedurile în vederea înregistrării IG menționate conform prevederilor Legii nr. 66/2008³. Până la moment doar indicația geografică Divin a fost înregistrată conform cerințelor legale și a fost transmisă Uniunii Europene pentru lansarea consultărilor publice, celelalte 2 indicații Cricova și Mileștii Mici nu au fost înregistrate la nivel

² Amintim că în conformitate cu prevederile Acordului IG RM-UE orice parte interesată a cărui interese vor fi încălcate de asigurarea protecției IG înaintate, poate formula, în decursul a 2 luni din data publicării, opoziții împotriva acordării protecției IG. Această procedură este gratuită și nu se supune unor condiții de formă (ca în cazul opozițiilor depuse în baza Legii 66/2008)

³ Uniunea Europeană a fost de acord că denumirile geografice Cricova și Mileștii Mici constituie indicații geografice valoroase pentru RM, însă a condiționat acordare protecției de înregistrarea lor conform Legii 66/2008 care este conformă cerințelor comunitare (la moment denumirile Cricova și Mileștii Mici sunt protejate în calitate de indicații geografice prin legi speciale)

național în modul corespunzător, solicitat de UE. Acest lucru se întâmplă din mai multe cauze obiective și subiective la care ne vom referi în capitolul următor.

Însumând cele expuse mai sus, la moment tabloul general al protecției indicațiilor geografice în Republica Moldova se prezintă în felul următor:

Tabelul 2.4 Denumiri de origine/indicații geografice înregistrate pe ani în Republica Moldova, anii 1993-2014

Anii	1993-2000	2001-2010	2011	2012	2013	2014	Total
solicitanți naționali	2	0	0	0	4	0	6
solicitanți străini, inclusiv:	5	811	6	8	5	19	854
- procedura națională	5	0	0	2	0	0	7
- Aranjament Lisabona	0	811	6	6	5	19	847
- Acordul bilateral RM-UE	0	0	0	3136	0	357	3493
Total	7	811	6	3144	9	376	4353

Sursa: *elaborat de autor în baza [5]*

Așadar, constatăm că numărul DO și IG autohtone protejate este infim, acesta să fie oare potențialul țării noastre în acest domeniu?

Această întrebare a fost discutată în cadrul ședinței din 01.04.2013 a Comisiei Naționale pentru Proprietate Intelectuală (CNPI)⁴ prezidată de vice prim-ministrul Republicii Moldova, dl Valeriu Lazăr. În urma acestei ședințe s-a decis realizarea unui studiu privind potențialul Republicii Moldova în domeniul produselor cu indicații geografice. Acest studiu a fost realizat de AGEPI în cooperare cu alte instituții publice competente, pe parcursul anului 2013 [68].

Rezultatele studiului au fost prezentate în cadrul ședinței CNPI din 11.03.2014. Conform datelor prezentate, Republica Moldova, fiind o țară cu tradiții agrare milenare, deține un mare potențial de producere a unor produse de calitate eligibile să poarte IG și DO. Spre regret, acest potențial deocamdată nu este valorificat [68].

Conform datelor statistice prezentate de Biroul național de statistică producția globală agricolă obținută în gospodăriile de toate categoriile în anul 2014, conform estimărilor preliminare, a constituit (în prețuri curente) 27071 mil. lei sau 108,2% (în prețuri comparabile)

⁴ Comisia Națională pentru Proprietate Intelectuală este un organ consultativ pe lângă Guvern și este constituită în scopul coordonării și asigurării interacțiunii ministerelor, altor autorități administrative centrale, precum și titularilor drepturilor de proprietate intelectuală în activitățile orientate spre dezvoltarea și consolidarea sistemului național de proprietate intelectuală, combaterea și prevenirea încălcarilor drepturilor de proprietate intelectuală și luptă cu contrafacerea, importul și comercializarea în Republica Moldova a produselor contrafăcute.

față de anul 2013. Majorarea producției globale agricole a fost determinată de creșterea producției vegetale cu 10,4%, producția animalieră a crescut cu 4,0%.

Exporturile agroalimentare reprezintă o parte semnificativă din exporturile totale. Produsele cele mai orientate spre export sunt vinul și băuturile alcoolice, fructele și legumele proaspete și cele procesate. Aceste două categorii reprezintă circa 40% din exporturi. Pentru a obține o creștere stabilă a exporturilor agroalimentare, există nevoia de diversificare și creștere a accesului la piețele de valoare înaltă. Creșterea exporturilor către UE ar contribui la realizarea acestei diversificări și la oferirea accesului la piețele de valoare mai înaltă. Sectorul agroalimentar se confruntă cu anumite provocări care împiedică creșterea exporturilor țării noastre.

Exportul în vrac (anonim) este una dintre problemele de bază a desfacerii produselor moldovenești peste hotare, deoarece aceste produse se pierd în multitudinea de produse prezente pe alte piețe. Pe de altă parte exportul în vrac reduce semnificativ posibilitatea controlului calității și trasabilității produselor ce sunt comercializate pe piețele finale de consum. Astfel, aceeași pastă de tomate este comercializată în vrac la prețuri minime ca ulterior după o ambalare corespunzătoare să fie comercializată la cu totul alte prețuri. Aceste provocări pe care le înfruntă sectorul agroalimentar al Republicii Moldova pot fi depășite prin utilizarea diversificării produselor dar și a asigurării calitative a produselor. În acest sens potrivit studiului menționat mai sus, Republica Moldova ar avea un mare potențial în următoarele domenii:

- Vinul și băuturile alcoolice

Republica Moldova are o industrie a vinului bine dezvoltată. Suprafața viticolă cuprinde 148.500 ha, din care 107.800 ha sunt folosite pentru producția comercială. Restul de 40.700 ha sunt plantate în jurul caselor satești, strugurii fiind folosiți pentru a face vin de casă. În 2009, Moldova a ocupat locul douăzeci și doi printre cele mai mari state producătoare de vin din lume. 80% din vinurile produse în Moldova sunt exportate, în peste 50 țări. Top 10 țări în care vinul nostru este consumat sunt: Belarus, Kazahstan, Federația Rusă, Ucraina, Republica Cehă, Polonia, România, Slovacia, Statele Unite ale Americii, China.

Exportul de vinuri reprezintă 13,4 mln dal, în valoare totală de 156,1 mln USD. 40 % din vinurile exportate de Republica Moldova sunt vinuri îmbuteliate [20].

- Prelucrarea alimentelor

Activitatea agroindustrială curentă reprezintă aproximativ 36% din PIB [20]. Industria produselor alimentare din materia primă locală este o industrie de importanță majoră care reprezintă 43,5% din producția industrială și constituie mai mult de două treimi din exporturi. Mai mult de 90% din producție este destinată exportului. Sectorul de prelucrare a fructelor și legumelor este format din 6 operatori mari și circa 25 de întreprinderi mici și mijlocii care angajează aproximativ 19000 de lucrători [47]. Principalele culturi de fructe și legume prelucrate

în Moldova sunt roșiile de câmp și merele. Împreună, aceste culturi cuprind mai mult de 70% din întreaga producție procesată. Diverși procesatori prelucrează tomatele în variate produse, în primul rând - pastă. Pe lângă aceste produse în vrac, se produc și alte produse din tomate - ketchup-ul și roșii conservate întregi. Alte produse includ: pulpa de măr, fructe și legume procesate, gemuri și dulcețuri, și produse speciale. Industria de prelucrare devine rapid tot mai competitivă, prin introducerea de noi tehnologii pentru a optimiza calitatea produselor și eficiența procesului de producere. Gama de produse este diversă. Pe lângă mere și tomate, aceasta include sucuri naturale (limpezi, cât și cu pulpa), nectaruri de fructe, magiun, gem și dulcețuri. Legumele prelucrate includ mazărea, fasolea verde, morcovi, sfeclă, ardeiul gras, ceapa, castraveți, și dovleci - ca produse finite sau semifinite.

- Industria prelucrătoare a nucilor

Republica Moldova se află pe locul patru printre exportatorii mondiali de nuci decojite, în urma Statelor Unite, Mexicului și Chinei. Moldova este cel mai mare exportator european de nuci decojite, cu un volum de 9163 de tone, cu o valoare de 29,8 milioane euro. În întreaga țară, există plantații sub formă de perdele de câmp, livezi mici de pe lângă gospodăriile casnice și livezi comerciale. Suprafața totală a plantațiilor de nuci este de aproximativ 6000 ha. Legea nukului, din anul 1999, a condus la elaborarea Programului Național de dezvoltare a culturilor nucifere pentru anii 2006-2015. Conform Programului, sectorul nucifer trebuie să lărgască suprafața livezilor comerciale cu 1000 ha în fiecare an și, până în 2015, să se ajungă la o suprafață de 10.000 ha de livezi noi.

- Producția de miere

Producția de miere din Moldova variază între 4.000 și 5.000 de tone pe an. Republica Moldova exportă anual peste 50% din producția produsă în țară. UE și Rusia constituie cele mai importante piețe pentru mierea și produsele apicole din Moldova. În prezent, mierea este singurul produs de origine animală eligibil pentru exportul pe piețele UE⁵.

CSI este cea mai mare piață pentru exportul de fructe și legume, reprezentând 70% din totalul exporturilor de legume și fructe. UE și alte țări europene reprezintă alte 30% ale exporturilor acestei categorii de produse, cea mai mare parte fiind sub formă de produse semifinite.

- Fructe și legume proaspete

În Republica Moldova există condiții optime pentru cultivarea următoarelor legume: roșii, ceapă, varză, castraveți, dovleci, ardei, morcovi, sfeclă roșie, usturoi, dovleci, vinete, zarzavaturi, mazăre verde și următoarelor fructe: mere, prune, cireșe și vișini, pere, piersici și

⁵ Alte produse de origine animală, inclusiv carnea de pui, peștele și produsele lactate, sunt încă supuse unei evaluări pozitive de către DG SANCO a sistemului de siguranță alimentară și sănătate animală, ca parte a procesului accesului țărilor terțe la piețele UE, inițiat în 2002.

nectarine, gutui, caise, fructe moi, nuci, struguri de masă și struguri tehnici. De asemenea, țara noastră dispune de potențial în producerea culturilor bacifere.

Cu toate că domeniul principal în care dispunem de potențial pentru a produce produse cu indicații geografice protejate este cel agricol, posibilitățile țării noastre în această direcție nu se rezumă la atât. Pentru a obține un tablou cât mai clar asupra acestui subiect pe parcursul anului 2013 AGEPI a realizat o cercetare despre potențialul Republicii Moldova pe domenii. Cu toate că răspunsurile primite de la ministerele de resort nu au fost dintre cele mai optimiste, AGEPI a evidențiat următoarele domenii ca fiind cu potențial pentru generarea produselor cu IG [68]:

1. Produse agricole și alimentare (conform domeniului de reglementare al Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare)

- Vinuri și băuturi alcoolice (acest domeniu deja a început să se dezvolte).
- Nuci
- Miere
- Fructe și produse din fructe
- Legume și produse din legume
- Lapte și produse lactate
- Carne și produse din carne
- Pâine, paste făinoase, produse de panificație și de cofetărie
- Uleiuri esențiale

2. Obiecte de artizanat (conform domeniului de reglementare al Ministerului Culturii)

- Obiecte din lut, lozie și alte materii prime locale
- Broderii, dantele, costume populare
- Jucării tradiționale populare
- Sculpturi în lemn, piatră și alte materii prime locale

3. Produse cu acțiuni terapeutice (conform domeniului de reglementare al Ministerului Sănătății)

- Ape minerale medicinale
- Ceaiuri medicinale
- Produse parafarmaceutice

4. Produse minerale naturale (conform domeniului de reglementare al Ministerului Mediului)

- materie primă minerală: piatră, nisip etc.
- argile, diatomit, tripol, bentonit etc.

5. Materiale și produse pentru construcții (conform domeniului de reglementare al Ministerului Construcțiilor și Dezvoltării Regionale)

- Materiale autohtone pentru construcții
- Produse tradiționale pentru construcții

Concomitent potrivit Studiului citat pentru ameliorarea situației privind protecția indicațiilor geografice și denumirilor de origine în Republica Moldova sunt oportune:

- Efectuarea de către autoritățile responsabile a unor sondaje și estimări a potențialului de producere a produselor ce pot fi comercializate sub o IG sau DO
- Clarificarea legislației în special în ceea ce ține de normele de procedură ce urmează a fi respectate în vederea protecției IG
- Conjugarea eforturilor tuturor autorităților responsabile în vederea promovării intense a sistemului de protecție a IG și DO, inclusiv oferirea de consultații producătorilor interesați de sistem.

2.3 Locul indicațiilor geografice în strategiile de dezvoltare a Republicii Moldova

După cum afirmam în paragrafele anterioare, reieșind din resursele economice de care dispune Republica Moldova dar și din politicile promovate de statul nostru, în sensul orientării spre piața comunitară, dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice reprezintă o reală oportunitate pentru afirmarea și promovarea produselor moldovenești atât pe piața internă cât și pe piețele de export. Iată de ce în ultimul timp asistăm la o intensificare a abordării subiectului dat atât în cadrul autorităților publice cât și în cadrul reprezentanților sectorului privat din țara noastră.

În continuare vom încerca să delimităm rolul și locul atribuit indicațiilor geografice în documentele de politici ale Republicii Moldova în diverse sectoare.

Așadar, un document de politici în care importanța acordată dezvoltării sistemului indicațiilor geografice este una majoră este Planul național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova – Uniunea Europeană pentru anii 2014-2016 (aprobat prin H.G. nr. 808 din 7 octombrie 2014), conform căruia sunt trasate următoarele măsuri specifice pentru implementare:

- Asigurarea respectării prevederilor Acordului prin aplicarea Legii nr. 66-XVI din 27 martie 2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate

Lucru care se realizeaza cu caracter permanent de catre toate institutiile implicate in gestionarea sistemului indicatilor geografice.

- Elaborarea proiectului de lege pentru modificarea Legii nr. 66-XVI din 27 martie 2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate

Proiectul de lege pentru modificarea Legii nr. 66/2008 a fost elaborat de catre Ministerul Agriculturii si Industriei Alimentare. Acesta a fost coordonat cu AGEPI si vine cu

unele imbunatatiri ale cadrului legal cum ar fi: reconfigurarea notiunii de drept de utilizare in spiritul normelor comunitare prin conditionarea acestuia doar de respectarea prevederilor caietului de sarcini (anterior era vorba de 10 ani); introducerea unor derogari referitoare la producerea vinurilor cu IGP si DOP, stabilirea mecanismului de conlucrare intre autoritatile competente si AGEPI in vederea actualizarii listei producatorilor ce detin dreptul de utilizare asupra unei IGP sau DOP.

- Elaborarea unui proiect de hotărâre a Guvernului pentru modificarea Regulamentului privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 610 din 5 iulie 2010.

Regulamentul necesita introducerea unor amendamente, insa acest lucru va fi realizat dupa adoptarea modificarilor la Legea 66/2008.

- Prezentarea în cadrul Subcomitetului pentru Indicații Geografice (IG), instituit în baza art. 306 al Acordului de Asociere, a indicațiilor geografice protejate din Republica Moldova și a documentelor aferente necesare pentru asigurarea protecției în Uniunea Europeană

In luna ianuarie 2014 a avut loc prima reuniune a Comitetului Mixt instituit in baza Acordului bilateral RM-UE privind protectia reciproca a indicatiilor geografice care, in conformitate cu prevederile Acordului de Asociere este totodata si Subcomitetul pentru Indicații Geografice (IG), instituit în baza art. 306 al Acordului de Asociere. In cadrul acestei reuniuni Republica Moldova a inaintat spre protectie in UE cele 4 IG carora le-a fost acordata protectie pe parcursul anului 2013. Conform procedurii stabilite in Acord acestea au fost publicate in februarie 2015 pentru consultari publice. Dat fiind faptul ca Una dintre IG transmise spre protectie a fost publicata cu o eroare tehnica (Vadul lui Traian in loc de Valul lui Traian) aceasta IGP a fost publicata repetat in luna aprilie 2014. Pentru nici una dintre indicatiile respective nu au fost depuse opozitii din partea tertelor persoane, astfel incat acestea se bucura de protectie in UE. Concomitent lista IGP poate fi completata oricand la cererea Partilor.

- Realizarea procedurilor aferente în vederea includerii unor IG noi din UE în Anexele la Acordul de Asociere (recepționarea prin intermediul Subcomitetului pentru IG, publicarea în Buletinul Oficial de Proprietate Industrială (BOPI) spre consultări publice și examinarea indicațiilor geografice din UE în vederea evitării conflictelor cu mărci anterior înregistrate în Republica Moldova) și neinducerii în eroare a consumatorului

Realizarea acestui obiectiv are un caracter permanent, iar actiunile intreprinse pe parcursul anului 2014 in acest sens au fost descrise in paragraful anterior.

- Aplicarea corespunzătoare a Legii nr. 66-XVI din 27 martie 2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate, precum și a Codului contravențional al Republicii Moldova nr. 218-XVI din 24 octombrie 2008, Codului

penal al Republicii Moldova nr. 985-XV din 18 aprilie 2002 și Codului vamal al Republicii Moldova nr. 1149-XIV din 20 iulie 2000, care prevăd norme cu referire la asigurarea respectării drepturilor, inclusiv procedura inițierii unei acțiuni civile, contravenționale, penale, precum și procedura de depunere și examinare a cererii de intervenție la frontieră în cadrul Serviciului Vamal etc.

Acest subiect este deosebit de sensibil pentru UE, deoarece în Republica Moldova până în prezent se utilizează unele DOP și IGP în calitate de noțiuni generice (Champagne, Cognac, Cahor, Heres, Portwein etc.). Din aceste considerente partea europeană înainte de semnarea Acordului RM-UE IG a examinat minucios legislația RM și doar după ce s-a convins că aceasta corespunde normelor internaționale și comunitare a decis semnarea acestuia.

Toate aceste acțiuni vin să confirme importanța acordată sistemului indicațiilor geografice de către Uniunea Europeană, importanță care derivă din interesele economice ce stau în spatele acelor aproximativ 3500 de IG europene ce beneficiază de protecție în RM în baza acordului bilateral de colaborare.

În ceea ce ține de strategiile pe diferite domenii ale RM vom începe cu analiza Strategiei naționale în domeniul proprietății intelectuale până în anul 2020 (în continuare – Strategie PI) care a fost elaborată și adoptată, prin HG nr. 880 din 22.11.2012.

Strategia PI definește perspectivele Sistemului național de proprietate intelectuală, obiectivele strategice, măsurile și acțiunile specifice pentru realizarea acestora etc. Acest document complex constituie o continuare a Strategiei de dezvoltare a sistemului național de protecție și utilizare a obiectelor de proprietate intelectuală până în anul 2010, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 1143 din 18 septembrie 2003 (în continuare – Strategia 2003) [60].

Elaborarea Strategiei a fost precedată de desfășurarea, sub egida Comisiei Naționale pentru Proprietatea Intelectuală (CNPI), a unor consultări extinse în scopul evaluării situației și a problemelor existente, cu implicarea organelor relevante ale administrației publice centrale, a mediului academic, a organizațiilor nonguvernamentale și a societății civile, urmate de o analiză complexă a stării curente de lucruri în domeniul PI. De asemenea, în cadrul unui Proiect OMPI [119], a fost realizată o serie de interviuri detaliate cu peste 50 de instituții, agenți economici, organizații neguvernamentale etc. Ca rezultat, în comun cu experții OMPI au fost identificate obiectivele prioritare ale Strategiei naționale în domeniul PI, precum și măsurile și acțiunile specifice pentru atingerea lor. În procesul de elaborare a Strategiei, au avut loc consultări și în cadrul grupurilor de lucru ale CNPI în vederea definirii structurii și obiectivelor documentului, acestea fiind aprobate de CNPI în cadrul ședinței din 25.08.2011.

În Strategia menționată este definită **viziunea strategică** care constă în faptul că proprietatea intelectuală trebuie să devină un instrument fundamental în crearea unui mediu

favorabil inovării, creativității și liberei concurențe, pentru dezvoltarea economică, socială și culturală a Republicii Moldova.

Reieșind din viziunea strategică evocată mai sus a fost definită următoarea **misiune strategică**: Dezvoltarea și consolidarea unui cadru juridic, instituțional și social adecvat pentru crearea, protecția, gestionarea și valorificarea plenară a potențialului proprietății intelectuale, care să corespundă standardelor internaționale și să contribuie la dezvoltarea unei economii naționale competitive, bazate pe cunoaștere și inovare.

Scopurile urmărite în conformitate cu Strategia au fost conturate în 6 **obiective generale** [60]. Acestea au fost detaliate în vederea implementării prin obiective specifice care, la rândul lor, se realizează prin măsuri și acțiuni specifice. Implementarea Strategiei PI este divizată în trei etape: prima – în perioada 2012-2014; a doua – 2015-2017 și a treia – 2018-2020, în baza Planurilor de acțiuni elaborate și aprobate pentru fiecare etapă. Planul privind realizarea Strategiei pentru perioada 2012-2014 a fost aprobat prin aceeași HG cu Strategia.

Data fiind importanța indicațiilor geografice pentru dezvoltarea economică a Republicii Moldova, în conformitate cu Strategia au fost delimitate mai multe obiective specifice care vizează dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice [60]:

Obiectivul specific 1.3. Extinderea rolului proprietății intelectuale în promovarea comerțului și în atragerea investițiilor. Protecția și utilizarea adecvată a semnelor distinctive, de origine și calitate, a designului industrial și a specialităților tradiționale garantate

Acest obiectiv nu vizează doar indicațiile geografice, însă le pune pe acestea în rând cu alte semne distinctive ce ar trebui utilizate în vederea diversificării și promovării produselor autohtone.

În scopul atingerii obiectivului propus urmează a fi realizate o serie de acțiuni cum ar fi:

- diseminarea cunoștințelor privind rolul semnelor distinctive și al designului industrial în încurajarea concurenței, creșterea competitivității, promovarea comerțului și atragerea investițiilor;
- atragerea mai activă a PI, în special a mărcilor și indicațiilor geografice, în crearea, dezvoltarea și promovarea imaginii pozitive a țării în străinătate;
- promovarea brandului de țară în vederea îmbunătățirii imaginii produselor/serviciilor moldovenești;
- crearea premiselor de diminuare a riscurilor de contrafacere a produselor/serviciilor și de concurență neloială prin sporirea eficienței protecției semnelor distinctive și a designului industrial;
- elaborarea de recomandări în vederea avansării procesului de înregistrare și utilizare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate;

Un alt obiectiv specifică care vizează inclusiv domeniul indicațiilor geografice este Obiectivul specific 2.1. Continuarea procesului de perfecționare și armonizare a legislației în domeniul proprietății intelectuale

Cu toate că legislația națională în domeniul proprietății intelectuale a fost armonizată cu legislația comunitară, totuși există încă mici discrepanțe dintre sistemele noastre acestea urmând a fi înlăturate în perioada următoare. În plus, legislația comunitară se perfecționează continuu lucru care urmează a fi oglindit și în cadrul normativ național.

Dat fiind faptul că indicațiile geografice prezintă un interes deosebit pentru mai multe state și este discutat intens în cadrul organizațiilor internaționale și regionale deosebit de important pentru consolidarea sistemului devine Obiectivul specific 2.2. Promovarea intereselor Republicii Moldova în procesul de elaborare a normelor de drept internațional în domeniul proprietății intelectuale în cadrul organizațiilor internaționale și regionale.

Aici menționez că Republica Moldova are calitatea de membru în mai multe organizații internaționale și regionale din domeniul PI, iar acest fapt ne dă șansa de a promova și de a apăra interesele noastre naționale în procesul de elaborare a normelor juridice internaționale sau regionale în domeniul vizat. În scopul realizării acestui obiectiv reprezentanții AGEPI participă și reprezintă interesele țării noastre în cadrul Comitetului permanent privind mărcile (SCT), dar și ale Grupului de lucru privind dezvoltarea sistemului de la Lisabona în cadrul OMPI și al altor organisme internaționale axate pe problematica proprietății intelectuale și implicit a indicațiilor geografice.

Un alt obiectiv important care vizează consolidarea sistemului indicațiilor geografice constă în dezvoltarea și modernizarea Sistemului național de proprietate intelectuală, sporirea transparenței și coerenței sale (Obiectivul general 3).

Iar pentru realizarea acestuia sunt întreprinse mai multe măsuri, dintre care mai importante:

- dezvoltarea unui grad mai înalt de cooperare și comunicare dintre instituțiile implicate în sistemul de PI;
- crearea și dezvoltarea sistemului național de protecție a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate;
- preluarea celor mai bune practici europene din domeniul protecției obiectelor de PI și al respectării drepturilor de PI;

Întru realizarea acestor obiective pe parcursul anilor 2012-2014 au fost organizate seminare tematice dedicate atât producătorilor cât și autorităților publice, mese rotunde, traininguri. Deși rezultatele atinse sunt modeste, important este că deja mai mulți producători sunt interesați de sistemul IG și manifestă interes pentru inițierea procedurii de recunoaștere a denumirilor geografice utilizate în calitate de IGP. Aici menționez în special: dulceața de petale

de trandafir Calarasi, brinza de oi Popeasca, ceaiurile din plante Zabriceni, agrisul de la Marinici, legumele nistrene etc.

Obiectivul specific 4.2. Consolidarea capacităților instituționale ale organelor abilitate cu funcții și responsabilități privind protecția juridică a proprietății intelectuale

Măsurile specifice de atingere a obiectivului:

- elaborarea mecanismelor practice de consolidare a capacităților instituționale și operaționale ale autorităților competente: Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerului Culturii, Ministerului Sănătății, Ministerului Mediului și Ministerului Dezvoltării Regionale și Construcțiilor, în vederea punerii în aplicare a sistemelor și procedurilor specifice aferente recunoașterii, înregistrării și utilizării denumirilor de origine și indicațiilor geografice pentru produsele din domeniile reglementate, precum și celor ce țin de înregistrarea și producerea specialităților tradiționale garantate.

Intru realizarea acestor obiective pe parcursul anilor 2012-2014 au fost realizate mai multe acțiuni, dintre care mai importante: formarea unui Grup de Lucru interinstituțional în vederea consolidării și dezvoltării sistemului IG în Moldova, instruirea gratuită a colaboratorilor autorităților competente în cadrul cursurilor de Consilier în proprietate intelectuală organizate anual de AGEPI, invitarea specialiștilor străini și organizarea unor mese rotunde menite a spori gradul de cunoaștere a sistemului IG în cadrul autorităților. Ultima deosebit de importantă în contextul în care urmare unui studiu privind gradul de pregătire a instituțiilor cu responsabilități în domeniul indicațiilor geografice realizat de AGEPI în primele luni ale anului 2013 s-a dovedit ca:

- ✓ Gradul de pregătire al autorităților responsabile privind punerea în aplicare a mecanismelor practice de implementare a legislației în domeniul IG și DO este redus. Anumite măsuri au fost întreprinse de către MAIA, însă doar pentru un singur domeniu – vitivinicol, în timp ce alte produse din domeniul reglementat, care este cel mai vast, rămân în afara atenției

- ✓ O situație similară se atestă și în cazul autorităților abilitate cu funcții de control: mai pregătite sunt autoritățile responsabile de controlul produselor alcoolice – CNVCPA și ISSPA, iar unicul domeniu în care au fost întreprinse careva măsuri concrete este cel vitivinicol.

- ✓ Cu toate că sistemul nu este bine cunoscut, acesta nici nu prezintă interes pentru autoritățile implicate, majoritatea răspunsurilor oferite de ambele grupuri de respondenți fiind superficiale, iar unele chiar vădit negative (nu dispunem de specialiști și nici nu avem nevoie).

- ✓ Mecanisme clare de implementare a prevederilor legale și de asigurare a accesului facilitat al potențialilor beneficiari la sistem nu sunt create de nici una dintre instituții.

- ✓ Practic, nici una dintre autoritățile responsabile de omologarea caietelor de sarcini nu a efectuat careva acțiuni de identificare a potențialelor produse cu IG, DO și, după caz, a STG, în domeniul de competență.)

Rezultatele acestui studiu au fost prezentate la ședința CNPI din aprilie 2012 (vezi anexa 6)

Obiectivul specific 4.3. Consolidarea capacităților instituționale ale organelor abilitate cu funcții și responsabilități privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală

Măsuri specifice de atingere a obiectivului:

- dezvoltarea unei strategii de îmbunătățire a performanțelor și sporire a capacităților Serviciului Vamal privind depistarea cazurilor de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală la frontieră;

- extinderea activității Serviciului Vamal asupra controalelor exportului și tranzitului;

- consolidarea relațiilor de cooperare a Serviciului Vamal, a Ministerului Afacerilor Interne și a AGEPI cu principalii deținători ai drepturilor de PI;

- preluarea celor mai bune practici ale țărilor membre UE referitoare la standardele statistice privind încălcarea drepturilor de PI și sporirea capacităților Ministerului Afacerilor Interne;

- realizarea acțiunilor de prevenire și combatere a criminalității împotriva PI și sporirea capacităților instituționale ale instituțiilor abilitate privind investigarea cazurilor de încălcare a drepturilor de PI;

Pentru realizarea acestui obiectiv o serie de acțiuni au fost deja implementate. În vederea eficientizării mecanismelor de asigurare a drepturilor, în Republica Moldova, dar și de monitorizare a domeniului precum și de evaluare a necesităților și de perfecționare a cadrului normativ, în 2011, în cadrul AGEPI a fost creat Observatorul național de Proprietate Intelectuală. Acest Observator este un instrument de monitorizare, măsurare și corectare, după posibilități, a situației existente pe piața proprietății intelectuale a Republicii Moldova privind în special fenomenul contrafacerii și pirateriei.

În vederea realizării principalului obiectiv al creării Observatorului, și anume acela de creare a unui sistem informațional adecvat și fezabil, care ar asigura supravegherea dimensiunii, amplitudinii și caracteristicilor principale ale fenomenului contrafacerii și pirateriei în Republica Moldova precum și al consecințelor și al efectelor pe care le au încălcările drepturilor de proprietate intelectuală asupra inovării, competitivității, pieței muncii, asistenței medicale, securității, creativității și diversității culturale a țării, este necesară crearea unei baze de date centralizate în care urmează a fi stocate toate informațiile pertinente.

Sistemul informațional urmează a fi construit în 3 nivele, care implică într-o măsură mai mare sau mai mică mai multe instituții publice, dar și reprezentanți ai sectorului privat. În final consumatorul mediu va fi acela care va beneficia de pe urma existenței sistemului respectiv având acces la informații importante referitoare la domeniul PI într-un singur punct.

Pentru realizarea primului nivel al sistemului informational unic a fost semnat un ordin interministerial între patru parteneri antrenați în realizarea acestuia:

- Serviciul Vamal
- Ministerul de Interne
- Procuratura Generală
- Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală

Toate cele 4 instituții s-au angajat voluntar să contribuie la crearea și dezvoltarea sistemului prin furnizarea de date și alocarea resurselor umane necesare. În scopul creării bazei de date centralizate este necesar de a contracta resurse financiare externe, la moment este un curs de realizare fișa de proiect de asistență tehnică din partea UE.

Important este că începând cu anul 2012, în cadrul Observatorului este realizat Raportul național privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, raport care nu se realizează decât într-un număr limitat de țări.

De asemenea unele dintre măsurile în vederea realizării obiectivului general 6 Dezvoltarea cooperării internaționale, regionale și bilaterale în domeniul proprietăți intelectuale și integrarea Republicii Moldova în spațiul intelectual internațional și European se refera la IG. Aici în special mentionam ca pe parcursul ultimilor ani s-a intensificat prin intermediul Directoratului General Agricultură a Comunitarii Europene, precum și prin intermediul OMPI s-a intensificat dialogul dintre instituțiile autohtone și cele europene.

După cum se observă din informația de mai sus indicațiilor geografice le este acordat un loc central în Strategia PI, fapt datorat în mare parte necesității consolidării sistemului IG în RM care “a rămas în urma” altor obiecte ale proprietății intelectuale.

Toate aceste acțiuni sunt puse în sarcina mai multor instituții publice din Republica Moldova și sunt planificate pentru diferiți ani. Multe dintre acțiunile enumerate poartă un caracter permanent. Conform Raportului privind implementarea Planului privind realizarea Strategiei pentru perioada 2012-2014 succesele atinse de Republica Moldova la îndeplinirea obiectivelor specifice legate de promovarea sistemului indicațiilor geografice sunt modeste, spre exemplu, deși promovarea simbolurilor naționale asociate indicațiilor geografice protejate era preconizată încă pentru anul 2013, abia în 2014 a fost adoptată Legea 101 cu privire la aprobarea acestor simboluri, iar o acțiune de promovare intensă încă nu a fost întreprinsă de nici una dintre instituțiile responsabile.

Totodată, după cum menționam în paragrafele anterioare sistemul indicațiilor geografice este unul complex atât din punct de vedere al cadrului normativ cât și al cadrului instituțional. La nivel de politici în sistemul IG sunt implicate mai multe autorități publice. În continuare vom prezenta succint cum este oglindită problematica IG în diferite strategii, pe domenii.

Vom începe cu strategiile ce țin de complexul agro-alimentar.

Deși în Republica Moldova există în prezent trei strategii legate de agricultură:

(1) Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a Complexului Agroindustrial (2008-2015) [62],

(2) Strategia pentru Siguranța Alimentară (2011-2015) [63] și

(3) Strategia de dezvoltare a serviciilor de extensiune rurală pentru 2012-2022 [64], conform informațiilor furnizate de Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare (MAIA) toate aceste strategii se referă la diferite aspecte ale sectorului, în ele lipsind o abordare holistică a provocărilor din agenda sectorului. Anume din aceste motive, pe parcursul anului 2013 a fost elaborată, iar în 2014 a fost înaintată spre adoptare **Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural din Moldova 2012-2020** [61].

Această strategie le ia în considerare și încearcă să răspundă provocărilor economice, de mediu și sociale cu care se confruntă în prezent agricultura Republicii Moldova și sectorul dezvoltării rurale. De asemenea, Strategia se bazează pe rezultatele consultărilor realizate cu părțile interesate din sector. Strategia își propune să indice parcursul de dezvoltare a sectorului agro-alimentar pe o perioadă de șapte ani (2014-2020), în conformitate cu aranjamentele financiare ale Uniunii Europene.

Deși indicațiile geografice nu sunt menționate expres în acest document de politici, în continuare vom prezenta unele comentarii referitor la măsurile asupra cărora dezvoltarea sistemului IG în RM ar putea avea un impact pozitiv.

Prioritatea 1 fixată în Strategia menționată: Creșterea competitivității sectorului agro-alimentar din Republica Moldova, prin modernizarea și integrarea pieței.

Măsura 1.1. Creșterea investițiilor în modernizarea lanțului agro-alimentar, inclusiv conformarea cu cerințele UE privind siguranța alimentară și cerințele de calitate.

Una dintre componentele de bază ale politicii de calitate în domeniul agro-alimentar al UE este sistemul de calitate asigurat prin intermediul IG și DO. Astfel, în cazul în care ne dorim o conformare cu cerințele UE privind siguranța alimentară și cerințele de calitate implementarea unui sistem de calitate echivalent celui european ar putea mișca lucrurile în direcția dorită.

Măsura 1.2. Facilitarea accesului la piețele de capital, de inputuri și outputuri pentru fermieri.

Uniunea Europeană este unul dintre partenerii strategici ai RM care pune un accent major pe dezvoltarea produselor cu IGP și DOP, astfel la 23 noiembrie 2010, Guvernul RM și Banca Europeană pentru Investiții (BEI) au semnat un acord de finanțare prin care BEI a acordat un împrumut de 75 milioane euro Republicii Moldova. Scopul acestui împrumut constă în asigurarea restructurării domeniului vitivinicol din RM. Programul va asigura ca investițiile în podgorii, procesarea vinului și industriile aferente să contribuie la avansarea producției de vinuri

îmbuteliate și anume vinuri cu DOP (denumire de origine protejată) sau IGP (indicație geografică protejată) [61].

Acesta este doar un exemplu, dar în momentul în care vor exista proiecte reale și în alte domenii, cu siguranță va fi posibilă contractarea altor fonduri.

Prioritatea 2 trasată în Strategia menționată: Asigurarea gestionării durabile a resurselor naturale.

Măsura 2.2. Sprijinirea tehnologiilor de producție și produselor ecologice, inclusiv a biodiversității.

IG deseori este un instrument real de conservare a biodiversității și de promovare a produselor ecologice (vezi anexa 7)

Prioritatea 3 stabilită în Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural din Moldova 2012-2020: Îmbunătățirea nivelului de trai în mediul rural.

Măsura 3.2. Creșterea oportunităților de ocupare a forței de muncă în domeniul non-agricol și sporirea veniturilor în mediul rural.

IG în multe țări sunt utilizate pentru a dezvolta turismul rural, iar acest lucru poate avea un impact direct asupra măsurii specifice 3.2.

Măsura 3.3. Stimularea implicării comunității locale în dezvoltarea rurală.

În momentul în care repartizarea veniturilor va fi echitabilă, iar după cum știm din paragrafele anterioare dar și din literatura de specialitate, IG asigură acest lucru, populația rurală va înregistra creșteri de venituri, fapt ce va implica realizarea acestei măsuri.

Așadar, cu toate că IG nu sunt menționate expres în Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural, este cert că dezvoltarea sistemului IG ar putea avea un impact pozitiv asupra realizării acesteea.

Următoarea strategie pe care o vom analiza este **Strategia Națională de dezvoltare regională 2013-2015 (Strategia NDR)** aprobată prin HG nr. 685 din 04.09.2013 care are drept **obiectiv general** strategic: Dezvoltarea echilibrată și durabilă în toate regiunile de dezvoltare ale Republicii Moldova [65].

Analizând aceasta strategie am ajuns la concluzia că deși indicațiile geografice nu sunt menționate expres nici în aceasta, dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice ar putea contribui la obiectivelor specifice 4 și 5 care se referă la dezvoltarea zonelor retrase. După cum știm zonele mai retrase, sau mai îndepărtate de centrele raionale, de municipii au conservat mai bine tradițiile populare prezentând astfel un interes sporit din punct de vedere al dezvoltării unor produse cu IG. Concomitent, în Strategia NDR se evidențiază rolul clusterelor regionale ca soluție pentru rezolvarea problemelor apărute în regiuni. Aceste cluster, definite ca fiind o concentrare geografică de teritorii, localități, servicii, sau alte activități desfășurate în diferite domenii interconectate, stabilite între instituții asociate într-un anumit domeniu, ar contribui la

eficientizarea activității economice în regiuni. Or, asociațiile create în scopul protecției unei indicații geografice ar putea îndeplini rolul acelor clustere.

Următoarea strategie pe care o vom analiza este **Strategia Națională de Mediu 2013-2023**, în care este conturată următoarea Viziune strategică: O reformă totală implementată în sectorul protecției mediului, astfel încât să funcționeze un sistem instituțional, administrativ și de management de mediu ajustat la rigorile Uniunii Europene care să asigure durabilitatea mediului și creșterea calității factorilor de mediu [66].

Scopul Strategiei este de a garanta populației Republicii Moldova dreptul la un mediu durabil nepoluat și sănătos în armonie cu dezvoltarea economică și progresul social.

Cu toate că nici Strategia Națională de Mediu nu conține prevederi speciale referitoare la dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice nu putem să nu menționăm importanța acestora în special în scopul realizării obiectivelor trasate.

Dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice exclude exploatarea intensivă a resurselor naturale prin aplicarea unor substanțe ce ar deteriora calitatea acestora. În plus, sistemul indicațiilor geografice cel mai des se bazează pe conservarea tradițiilor și pe promovarea unor produse naturale și ecologice ceea ce coincide exact cu direcția de dezvoltare propusă în Strategia Națională de Mediu.

De asemenea, dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice ar putea influența pozitiv și domeniul culturii. În acest domeniu principalul document de politici este **Strategia de dezvoltare a culturii „Cultura 2020”**, aprobată prin HG nr. 271 din 09.04.2014 în care sunt definite următoarele principii de bază [67]:

- 1) protejarea și valorificarea patrimoniului cultural al țării, care este o prioritate națională;
- 2) accesul cetățenilor la valorile culturale ale țării;
- 3) producerea bunurilor și serviciilor, pentru a contribui la creșterea economică a țării;
- 4) promovarea culturii ca unul dintre factorii determinanți în educația și formarea cetățenilor țării.

Astfel, în cadrul Strategiei „Cultura 2020” se identifică 3 obiective-cheie pentru dezvoltare, dintre care primul este salvgardarea patrimoniului cultural național;

Conform definiției trasate în Strategia Cultura 2020 patrimoniul cultural național cuprinde cinci categorii de bază: patrimoniul arheologic, patrimoniul cultural construit, patrimoniul cultural mobil, patrimoniul cultural imaterial și patrimoniul cultural audiovizual. În acest fel la patrimoniul cultural sunt atribuite și produsele tradiționale moldovenești atât alimentare (sarmale, plăcine, brânză de oi, etc.), cât și artizanale (oale, butoaie, covoare țesute, articole de port național etc.) - potențiale produse cu indicație geografică.

În plus, sistemul indicațiilor geografice are un impact pozitiv asupra calității produselor și prin acest fapt asupra sănătății publice, iată de ce considerăm că consolidarea acestuia ar avea un

impact pozitiv și asupra realizării obiectivelor delimitate în cadrul Strategiei Naționale de Sănătate Publică 2014-2020.

Așadar, cu toate că direct subiectul indicațiilor geografice este vizat doar în Planul național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova – Uniunea Europeană pentru anii 2014-2016 (aprobat prin H.G. nr. 808 din 7 octombrie 2014) și în Strategia PI 2020, putem cu certitudine afirma că consolidarea acestui sistem, nou pentru Republica Moldova, ar impulsiona realizarea mai multor obiective trasate în anumite strategii pe care le-am abordat mai sus.

2.4. Concluzii la capitolul 2

Analizând starea actuală și tendințele dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova putem evidenția următoarele:

1) Sistemul indicațiilor geografice este un sistem nou pentru Republica Moldova, iar complexitatea acestuia implică unele dificultăți la consolidarea lui. Totuși, pe parcursul anilor am asistat la constituirea cadrului normativ ajungând în prezent la un cadru legal conform cu prevederile comunitare. Menționăm în acest sens Legea nr.66/2008 privind protecția denumirilor de origine, indicațiilor geografice și specialităților tradiționale garantate care a intrat în vigoare la 25.10.2008 și este armonizată cu actele normative comunitare în domeniul vizat.

2) Urmare eforturilor întreprinse, Republica Moldova este parte la moment la cele mai importante tratate internaționale din domeniul indicațiilor geografice, inclusiv la 2 tratate regionale de o importanță economică majoră.

3) Pe parcursul anilor a fost creat cadrul instituțional necesar asigurării protecției indicațiilor geografice. Dată fiind complexitatea sistemului, cadrul instituțional este și el foarte complex vizând mai multe instituții publice.

4) Cu toate că sistemul național de protecție al indicațiilor geografice este deja constituit în partea teoretică, la partea practică rezultatele obținute de Republica Moldova până la moment sunt modeste și nu corespund potențialului real al țării noastre în acest domeniu. Până la moment nu avem decât 6 IG autohtone: 2 DO - CIUMAI și ROMĂNEȘTI, pentru vinuri (în baza Legii nr. 588-XIII privind protecția mărcilor și denumirilor de origine a produselor); 4 IG – 3 (CODRU, VALUL LUI TRAIAN, ȘTEFAN VODĂ) - pentru vinuri și 1 (DIVIN) - pentru distilat de vin învechit (în baza Legii nr. 66-XVI privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate).

5) Următoarele impedimente principale pentru dezvoltarea sistemului indicațiilor geografice au fost delimitate în cadrul întrunirilor inter-instituționale, Comisiei Naționale pentru PI, dar și la întâlnirile cu mediul privat:

- Gradul redus de cunoaștere a sistemului indicațiilor geografice atât de mediul privat cât și de cel public

- Promovarea insuficientă a conceptelor, astfel încât consumatorul mediu din Republica Moldova nu cunoaște avantajele oferite de produsele cu indicație geografică protejată.

- Necesitatea unor acțiuni colective conjugate atât din parte autorităților cât și din partea producătorilor (ne este greu să lucrăm în echipă)

6) Înlăturarea curențelor sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova este unul din scopurile principale ale Strategiei Naționale PI până în anul 2020, conform căreia sunt prevăzute o serie de acțiuni concrete ce urmează a fi îndeplinite în următorii ani. Primii pași în acest sens au fost deja efectuați iar informația referitoare la realizarea Planului de acțiuni pentru anii 2012-2014 privind implementarea Strategiei naționale în domeniul proprietății intelectuale până în anul 2020 au fost prezentate într-un raport de monitorizare consolidat prezentat în cadrul ședinței CNPI din 11.03.2014 [49].

7) Cu toate că direct subiectul indicațiilor geografice este vizat doar în Planul național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova –Uniunea Europeană pentru anii 2014-2016 (aprobat prin H.G. nr. 808 din 7 octombrie 2014) și în Strategia PI putem cu certitudine afirma că consolidarea acestui sistem, nou pentru Republica Moldova, ar impulsiona realizarea mai multor obiective trasate în anumite strategii pe care le-am în acest capitol

8) Cadrul legal și instituțional în domeniul IG fiind create ar trebui în perioada următoare să ne concentrăm eforturile asupra implementării în practică a sistemului dat.

Unele date și concluzii privind perfecționarea procesului de valorificare a indicațiilor geografice în Republica Moldova vor fi prezentate în capitolul următor.

3. Perfecționarea procesului de valorificare a sistemului indicațiilor geografice

3.1. Evaluarea perspectivelor dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova

Sistemul indicațiilor geografice este un sistem nou pentru Republica Moldova. Experiența altor state arată că acesta are un impact benefic asupra dezvoltării economice și asupra fortificării complexului agroindustrial atât în țări dezvoltate cât și în țări în curs de dezvoltare [71, 80]. Sistemul indicațiilor geografice s-a dovedit a fi viabil atât în spațiul comunitar cât și în așa țări ca India, China, Iran, Georgia, dar va fi oare acesta oportun dezvoltării sistemului agroindustrial din Republica Moldova?

Vom porni evaluarea potențialului sistemului indicațiilor geografice pentru dezvoltarea sectorului agroindustrial din Republica Moldova de la analiza unor date statistice referitoare la structura economiei R. Moldova prezentate de BNS.

Așadar, producția globală agricolă în gospodăriile de toate categoriile (întreprinderile agricole, gospodăriile țărănești (de fermier) și gospodăriile populației) în anul 2014, a marcat (în prețuri curente) 27071 mil. lei sau 108,2% (în prețuri comparabile) față de anul 2013. Majorarea producției globale agricole a fost determinată de creșterea producției vegetale – cu 10,4 % și a producției animaliere – cu 4,0%. Concomitent, în anul 2014 exporturile de mărfuri au totalizat 2339,5 mil. dolari SUA, volum inferior celui realizat în anul 2013 cu 3,7%, dintre acestea exporturile de mărfuri autohtone au constituit 1529,6 mil. dolari SUA (65,4% din total exporturi), cu 5,6% mai puțin față de anul 2013. Exporturile de mărfuri destinate țărilor Uniunii Europene (UE-28) au însumat 1246,0 mil. dolari SUA (cu 9,6% mai mult față de anul 2013), deținând o cotă de 53,3% în total exporturi (46,8% în anul 2013).

Tabel 3.1. Exporturile structurate pe grupe de țări

	2014		Structura, %	
	mil. dolari SUA	în % față de 2013	2013	2014
EXPORT – total	2339,5	96,3	100,0	100,0
din care:				
țările Uniunii Europene (UE-28)	1246,0	109,6	46,8	53,3
țările CSI	735,6	79,7	38,0	31,4
alte țări	357,9	97,3	15,2	15,3

Sursa: elaborat de autor în baza [20]

Foarte important este că printre produsele care au o cotă foarte înaltă în exporturi se numără anume produse cu potențial înalt în domeniul indicațiilor geografice cum ar fi produsele alimentare și animalele vii dar și băuturile alcoolice și tutunul.

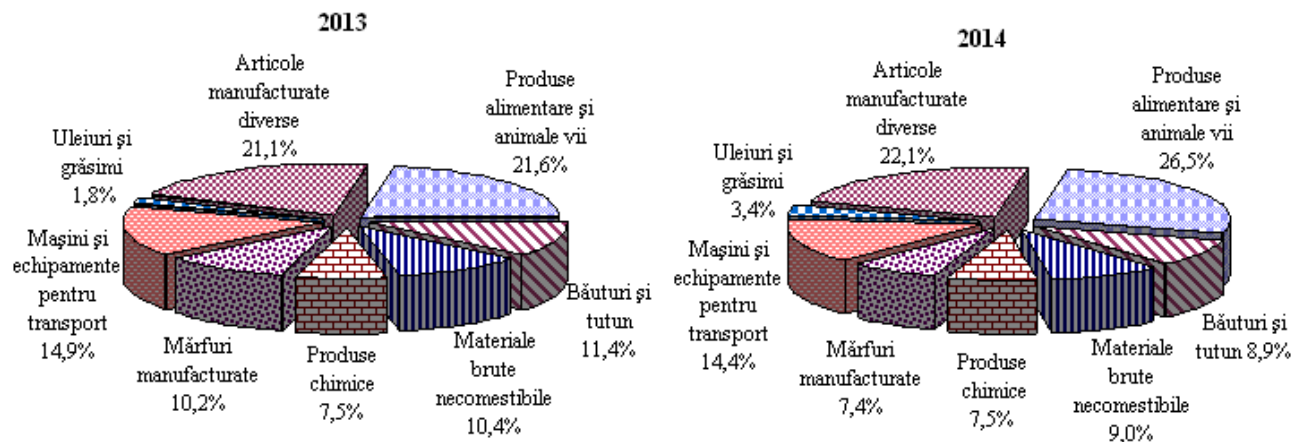


Figura 3.1. Structura exporturilor R. Moldova pe grupe de mărfuri

Sursa [20]

Deci, reieșind din faptul că produsele agricole și alimentare autohtone sunt exportate preponderent în statele UE în care potrivit sondajelor citate anterior consumatorul este gata să achite cu 10-20% mai mult pentru un produs cu indicație geografică, putem afirma că utilizarea indicațiilor geografice pentru identificarea produselor moldovenești ar putea contribui esențial la creșterea valorii acestora.

Pe de altă parte, deosebit de important este să apreciem potențialul produselor cu indicație geografică pe piața autohtonă. În acest sens menționăm că în vederea evaluării perspectivelor dezvoltării sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova în perioada 07 – 25 iulie 2014 autorul a efectuat un sondaj de opinie în rândul consumatorilor din Republica Moldova [41].

Scopul și obiectivele sondajului:

- a aprecia importanța acordată de către consumator originii geografice a produselor agro-alimentare,
- a determina atitudinile consumatorului față de produsele autohtone,
- a stabili gradul de cunoaștere de către consumatorii autohtoni a noțiunii indicație geografică,
- a aprecia potențialului sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova

Aspecte metodologice

Metoda: ancheta sociologică pe un eșantion reprezentativ.

Eșantion:

- Volumul eşantionului: 385 persoane cu vârstă de 15 ani și mai mult;
- Eșantion: stratificat, probabilist;

Interviurile au fost realizate la telefon. Pentru selectarea numerelor de telefoane a fost utilizat un program de calculator care a generat o listă cu 1000 de numere întâmplătoare constituite din 6 cifre, după care la fiecare dintre aceste numere au fost adăugate prefixele a doi cei mai mari operatori naționali de telefonie mobilă 079 și 069. Mai mult de 1/3 din numere s-au dovedit a fi nedisponibile, inexistente sau înafara ariei. Dintre persoanele contactate aproximativ 10% au refuzat să răspundă restul 90% (385 persoane) au acceptat interviul. Interviul a fost realizat în limbile română și rusă, oferindu-se respondenților posibilitatea de a alege varianta.

Interviul a cuprins toate raioanele Republicii Moldova, inclusiv teritoriul din stânga Nistrului și UTA Găgăuzia.

Tabelul 3.2. Acoperirea geografică a sondajului

Nr. Ord.	Raionul	Numărul respondenților	Nr. Ord.	Raionul	Numărul respondenților
1.	Anenii Noi	6	2.	Hîncești	11
3.	Bălți	19	4.	Ialoveni	11
5.	Basarabeasca	6	6.	Leova	10
7.	Briceni	5	8.	Nisporeni	10
9.	Cahul	9	10.	Ocnița	9
11.	Călărași	11	12.	Orhei	9
13.	Cantemir	6	14.	Rezina	7
15.	Căușeni	10	16.	Rîbnița	2
17.	Ceadîrlunga	3	18.	Rîșcani	8
19.	Chișinău	80	20.	Sîngerei	7
21.	Cimișlia	8	22.	Șoldanești	6
23.	Comrat	9	24.	Soroca	9
25.	Criuleni	13	26.	Ștefan Vodă	7
27.	Dondușeni	5	28.	Strașeni	7
29.	Drochia	7	30.	Taraclia	9
31.	Dubăsari	7	32.	Telenești	5
33.	Edineț	7	34.	Tighina	4
35.	Fălești	9	36.	Tiraspol	4
37.	Florești	8	38.	Ungheni	11
39.	Glodeni	10	40.	Vulcănești	1

Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului realizat

Eșantionul ales este stratificat fiind reprezentativ atât pentru mediul rural cât și pentru mediul urban.

Tabelul 3.3. Structura eșantionului

		Nr. respondenților	%
Total		385	100%
Mediu	Rural	183	47,5%
	Urban	202	52,5%
Sex	Feminin	206	53,5%
	Masculin	179	46,5%
Vârsta	15-24	47	12,2%
	25-34	112	29,1%
	35-49	144	37,4%
	50 și mai mult	82	21,3%
Studii	Medii incomplete	24	6%
	Medii	126	33%
	Superioare incomplete	87	23%
	Superioare	148	38%
Nivelul veniturilor	Scăzut (mai puțin de 1650 lei pentru o persoană)	130	34%
	Mediu (1650 - 3050 pentru o persoană)	169	44%
	Înalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoană)	86	22%

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Întrebările (vezi anexa 8) au fost elaborate reieșind din scopurile sondajului și din practica comunitară în realizarea unor sondaje similare [89].

În rezultatul sondajului putem afirma că pentru majoritatea covârșitoare a respondenților - 362 de persoane (94%), proveniența geografică se numără printre factorii care influențează calitatea unui produs agricol sau alimentar.

Tabelul 3.4. Importanța acordată de către respondenți provenienței geografice

După părerea Dvs. proveniența geografică influențează calitatea unui produs agricol sau alimentar?				
		foarte tare	într-o oarecare măsură	deloc

Total		220	57%	142	37%	23	6%
Mediu	Rural	109	28%	65	17%	9	2%
	Urban	111	29%	77	20%	14	4%
Sex	Feminin	116	30%	82	21%	8	2%
	Masculin	104	27%	60	16%	15	4%
Varsta	15-24	22	6%	23	6%	2	1%
	25-39	58	15%	43	11%	11	3%
	35-49	89	23%	48	12%	7	2%
	50 si mai mult	51	13%	28	7%	3	1%
Studii	Medii incomplete	10	3%	13	3%	1	0%
	Medii	62	16%	53	14%	11	3%
	Superioare incomplete	57	15%	28	7%	2	1%
	Superioare	91	24%	48	12%	9	2%
Nivelul veniturilor	Scazut (mai putin de 1650 lei pentru o persoană)	66	17%	56	15%	8	2%
	Mediu (1650 - 3050 pentru o persoană)	104	27%	56	15%	9	2%
	Înalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoană)	50	13%	30	8%	6	2%

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Dintre cele 362 persoane care au răspuns că proveniența geografică influențează calitatea unui produs agricol sau alimentar 57% au atribuit acesteia o importanță foarte mare, în unele cazuri chiar decisivă, 37% dintre respondenți au considerat că proveniența geografică influențează calitatea unui produs agricol/alimentar doar într-o oarecare măsură, iar 6% au declarat că importanța provenienței geografice este chiar nulă, motivându-și răspunsul prin faptul că tehnologiile moderne permit cultivarea oricărui produs în orice colț al lumii, iar calitatea acestora nu va fi foarte diferită în dependență de locul cultivării.

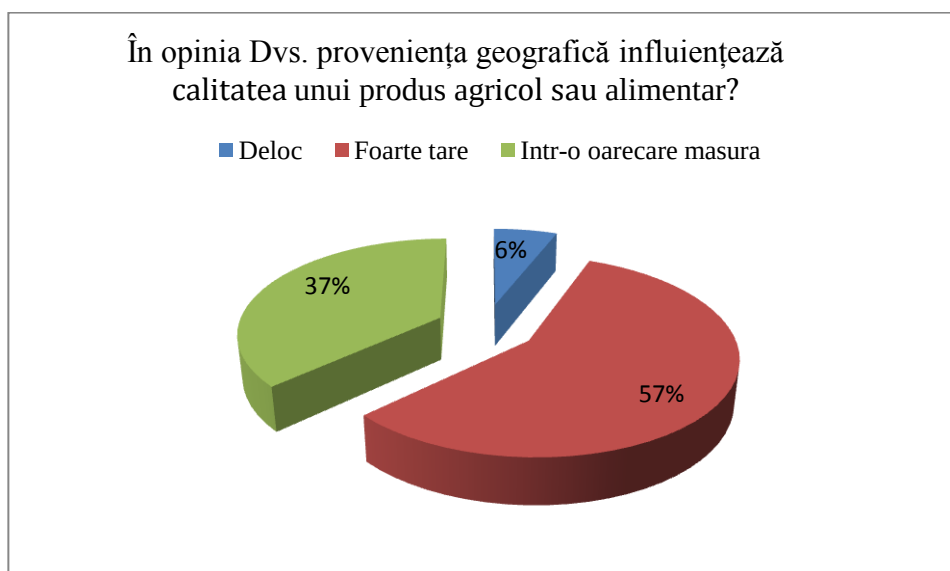


Figura 3.2. Importanța acordată de către respondenți provenienței geografice

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

În același timp răspunsurile oferite de reprezentanții mediului rural diferă ușor față de răspunsurile oferite de reprezentanții mediului urban. Așa, respondenții din mediul rural atribuie provenienței geografice o importanță mai mare - 60% dintre respondenții din mediul rural față de 55% dintre respondenții din mediul urban au răspuns că proveniența geografică influențează calitatea unui produs agricol sau alimentar foarte tare.

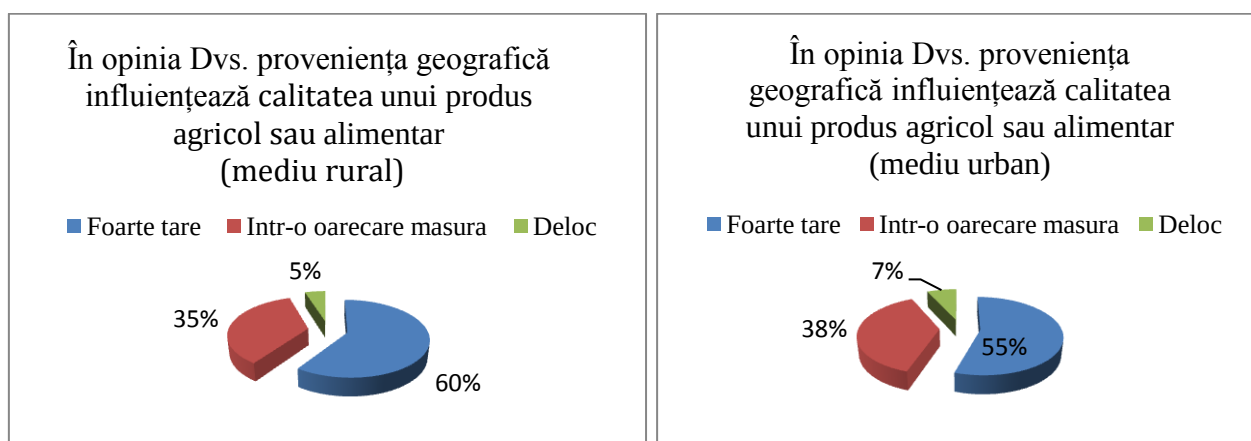


Figura 3.3. Importanța acordată de către respondenți provenienței geografice în dependență de mediul de proveniență a respondenților

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Rezultatele obținute la această întrebare sunt comparabile cu rezultatele obținute în urma unui sondaj realizat în anul 2005 în rândul consumatorilor din SUA, în cadrul căruia a fost stabilit că pentru 72% dintre respondenți caracteristicile geografice cum ar fi solul, clima, influențează gustul și calitatea alimentelor [100, 112].

Rezultatele obținute în țara noastră sunt chiar mai favorabile instituirii sistemului indicațiilor geografice față de rezultatele obținute în SUA, deoarece consumatorul moldovean pune mai mult preț pe originea geografică a produsului (94% față de 72%). Acest lucru se poate

atribui în special faptului că Republica Moldova este un stat preponderent agrar, iar consumatorul mediu este ori el însăși din mediul rural ori are legături de rudenie cu persoane din mediul rural în așa fel fiind destul de bine familiarizat cu procesul de cultivare și fabricare a produselor agricole și alimentare. Unul dintre obiectivele studiului a fost determinarea gradului de încredere de care se bucură produsele agricole și alimentare autohtone în rândurile consumatorilor.

Tabelul 3.5. Gradul de încredere acordat de respondenți produselor moldovenești

Dacă prețul unui produs agricol sau alimentar ar fi același Dvs.?							
		ați prefera un produs moldovenesc		ați prefera un produs de import		nu faceți nici o diferență după criteriul originii geografice	
Total		337	88%	9	2%	39	10%
Mediu	Rural	162	42%	4	1%	17	4%
	Urban	175	45%	5	1%	22	6%
Sex	Feminin	179	46%	6	2%	21	5%
	Masculin	158	41%	3	1%	18	5%
Varsta	15-24	31	8%	4	1%	12	3%
	25-34	99	26%	1	0%	12	3%
	35-49	131	34%	2	1%	11	3%
	50 si mai mult	76	20%	2	1%	4	1%
Studii	Medii incomplete	14	4%	3	1%	7	2%
	Medii	106	28%	3	1%	17	4%
	Superioare incomplete	79	21%	2	1%	6	2%
	Superioare	138	36%	1	0%	9	2%
Nivelul veniturilor	Scăzut (mai puțin de 1650 lei pentru o persoană)	114	30%	1	0%	15	4%
	Mediu (1650 - 3050 pentru o persoană)	147	38%	7	2%	15	4%
	Înalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoană)	76	20%	1	0%	9	2%

Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului realizat

În acest sens constatăm cu satisfacție că 88% dintre respondenți preferă produsele moldovenești celor de import în condițiile în care prețul nu diferă. Ținând cont de datele

furnizate de Biroul Național de Statistică [20] în Republica Moldova numărul populației cu vârsta de peste 15 ani atinge cifra de 2,97 mln. persoane. În acest fel cele 88% procente de respondenți reprezintă echivalentul a 2,6 mln consumatori care preferă produsele autohtone celor de import.

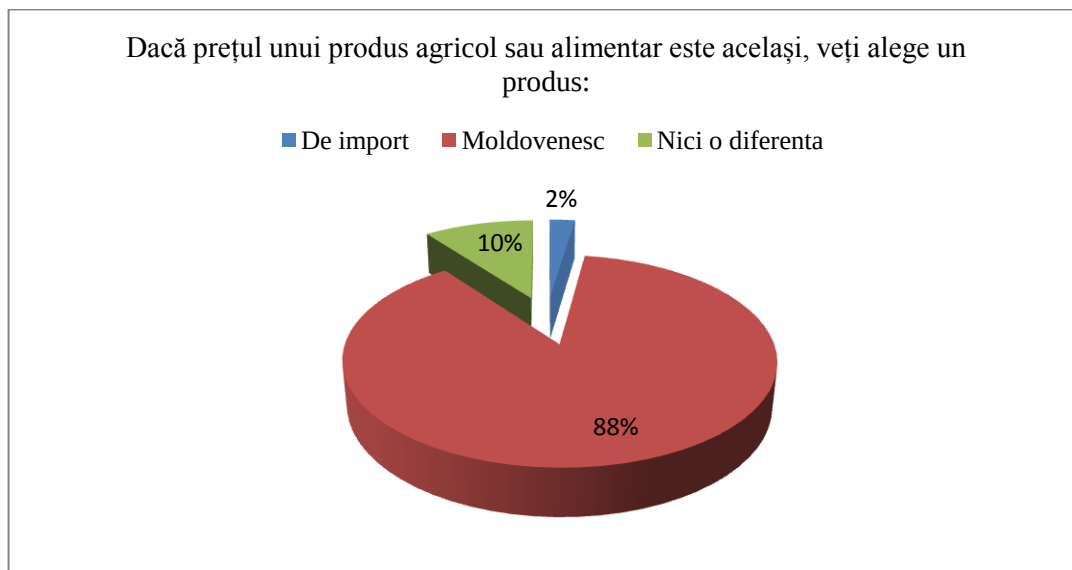


Figura 3.4. Gradul de încredere acordat de respondenți produselor moldovenești

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Mai mult, o bună parte a respondenților au răspuns că vor alege un produs moldovenesc chiar și în cazul în care acesta va fi mai scump, cu condiția ca diferența de preț să fie rezonabilă.

Alarmant totuși la acest capitol este faptul că doar 66% dintre reprezentanții tinerei generații (15-24 ani) ar alege un produs moldovenesc, 8% ar alege produse de import iar 26% nu fac nici o diferență dintre produse după criteriul provenienței.

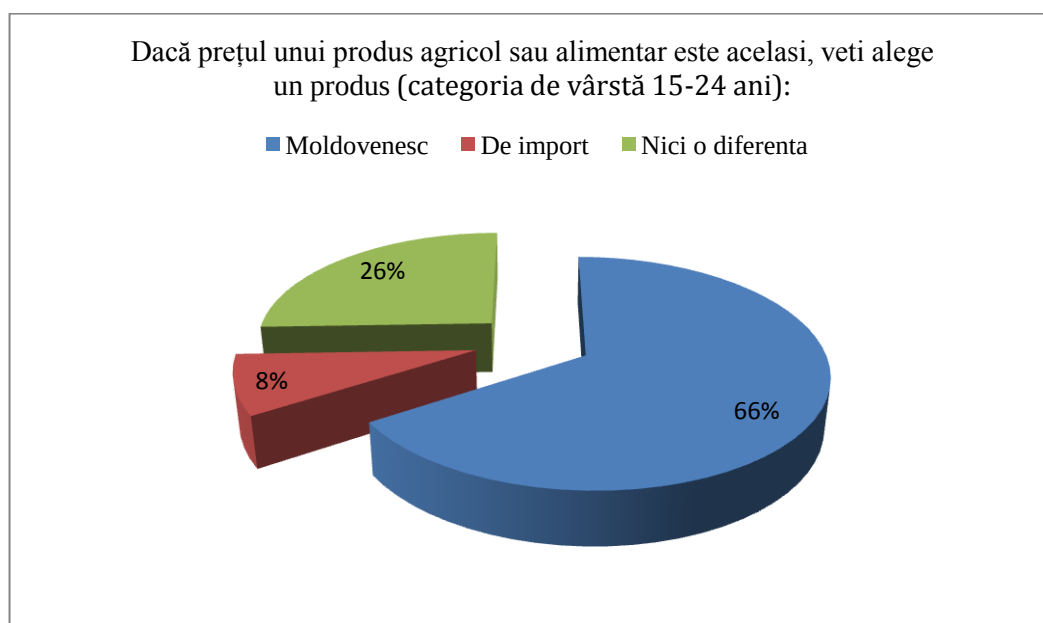


Figura 3.5. Gradul de încredere acordat de respondenți cu vârsta cuprinsă între 15-24 ani produselor moldovenești

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

În acest sens deosebit de importantă se prezintă întreprinderea unor măsuri de educare a tinerei generații în vederea sporirii gradului de fidelitate produselor agricole și alimentare autohtone.

Important de asemenea este că printre cei 39 de respondenți care au răspuns că nu fac nici o diferență între produsele moldovenești față de cele de import doar 4 anterior au afirmat că proveniența geografică nu influențează calitatea unui produs agricol sau alimentar. Restul 35 și-au motivat răspunsul prin lipsa de încredere față de produsele moldovenești, care, după spusele lor nu sunt atât de naturale precum se vehiculează. Ținând cont de aceste comentarii putem presupune că implementarea sistemului indicațiilor geografice ar contribui la reorientarea acestor respondenți, deoarece indicațiile geografice pe lângă indicarea provenienței produsului marcat garantează și calitatea acestuia.

La acest capitol, însă avem mult de lucrat, deoarece după cum arată studiul efectuat doar 15 % (57 persoane) dintre respondenți au declarat că cunosc ce înseamnă noțiunea de produs cu indicație geografică.

Tabelul 3.6. Cunoașterea noțiunii " produs cu indicație geografică "

Cunoașteți noțiunea "produs cu indicație geografică protejată"?					
		DA		NU	
Total		57	15%	328	85%
Mediu	Rural	24	6%	159	44%
	Urban	33	9%	169	47%
Sex	Feminin	33	9%	173	48%
	Masculin	24	6%	155	43%
Vârsta	15-24	6	2%	41	11%
	25-34	20	5%	92	26%
	35-49	24	6%	120	34%
	50 și mai mult	7	2%	75	21%
Studii	Medii incomplete	1	0%	23	6%
	Medii	15	4%	111	31%
	Superioare incomplete	16	4%	71	20%
	Superioare	25	6%	123	34%
Nivelul veniturilor	Scăzut (mai puțin de 1650 lei pentru o persoană)	16	4%	114	32%
	Mediu (1650 - 3050 pentru o	27	7%	142	40%

	persoană)				
	Înalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoană)	14	4%	72	20%

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Fiind invitați să dea o definiție a ceea ce înseamnă produs cu indicație geografică protejată doar 2 dintre respondenți, adică 0,5%, au putut da o definiție cât de cât apropiată de definiția corectă. Definițiile oferite de respondenți s-au rezumat la: "produs dintr-o anumită regiune, care comportă indicația provenienței pe etichetă sau pe ambalaj". O bună parte dintre respondenții care au declarat că cunosc noțiunea de "produs cu indicație geografică" au confundat această noțiune cu cea de "produs BIO".

După adresarea întrebării deschise și notarea răspunsului oferit, atât în cazul în care respondentul a răspuns că nu cunoaște noțiunea de produs cu indicație geografică cât și în cazul în care acesta a oferit o definiție inadecvată, intervievatorul i-a citit următoarea definiție: „*Produs cu indicație geografică este un produs care provine dintr-o anumită regiune geografică și care are calități/caracteristici/reputație deosebite condiționate de această proveniență geografică*”. Definiția dată, deși nu este întru totul conformă definiției date de Legea 66/2008 a fost aleasă pentru simplitate și pentru faptul că este conformă definiției date pentru indicația geografică conform Acordului TRIPS.

După ce le-a fost explicată noțiunea de produs cu indicație geografică respondenții au fost invitați să răspundă dacă ar fi gata să plătească mai mult pentru un produs agricol sau alimentar cu indicație geografică protejată, 77% dintre respondenți răspunzând afirmativ la această întrebare.

Tabelul 3.7. Pregătirea respondenților de a plăti mai scump pentru un produs cu indicație geografică

Ați fi gata să plătiți mai mult pentru un produs cu indicație geografică protejată?					
		DA		NU	
Total		296	77%	89	23%
Mediu	Rural	136	35%	47	12%
	Urban	160	42%	42	11%
Sex	Feminin	162	42%	44	11%
	Masculin	134	35%	45	12%
Vârsta	15-24	35	9%	12	3%
	25-34	81	21%	31	8%
	35-49	111	29%	33	9%

	50 și mai mult	69	18%	13	3%
Studii	Medii incomplete	16	4%	8	2%
	Medii	90	23%	36	9%
	Superioare incomplete	71	18%	16	4%
	Superioare	119	31%	29	8%
Nivelul veniturilor	Scăzut (mai puțin de 1650 lei pentru o persoană)	98	25%	32	8%
	Mediu (1650 - 3050 pentru o persoană)	128	33%	41	11%
	Înalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoană)	70	18%	16	4%

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

De menționat la acest capitol este că ponderea răspunsurilor afirmative este direct proporțională cu nivelul veniturilor per persoană, cu cât veniturile sunt mai mari cu atât ponderea respondenților care sunt gata să plătescă mai mult pentru produse cu indicație geografică este mai mare.

Astfel 81% dintre respondenții cu venituri mai mari decât 3050 lei/persoană s-au declarat pregătiți să plătescă mai mult pentru produse cu indicații geografice în comparație cu 75% care au declarat același lucru din rândul persoanelor cu venituri mai mici de 1650 lei/persoană.

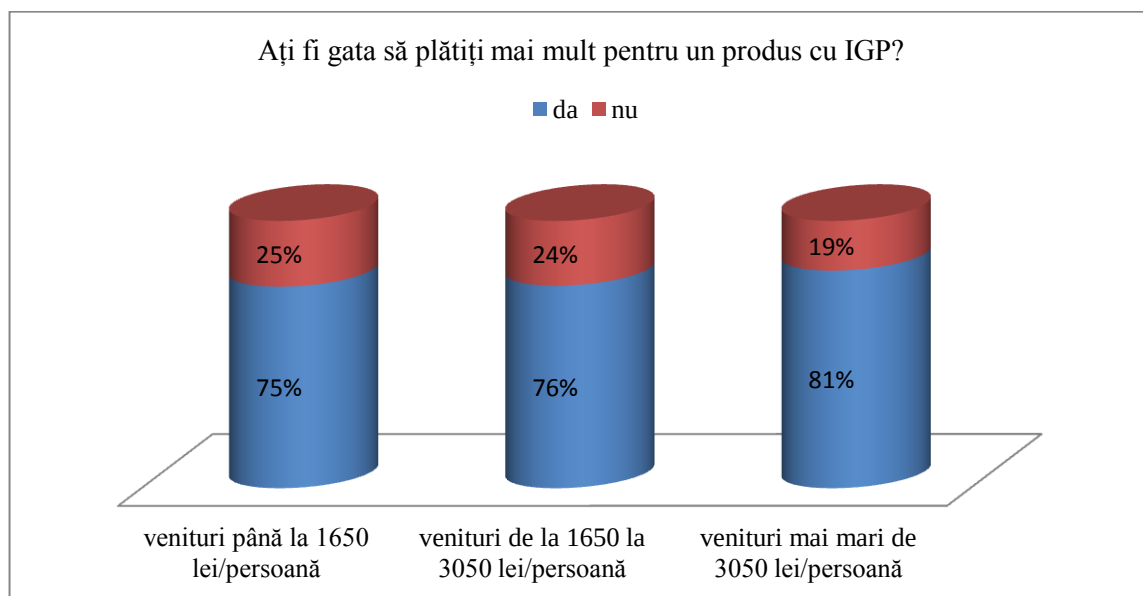


Figura 3.6. Pregătirea respondenților de a plăti mai scump pentru un produs cu indicație geografică

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Din totalul de 296 de persoane care au răspuns afirmativ la întrebarea dacă ar fi gata să plătească mai mult pentru un produs cu indicație geografică protejată 47,3% s-au declarat gata să plătească mai mult cu până la 10%, 43,58% mai mult cu 10-20%, iar 9,12% s-au declarat pregătiți să plătească chiar mai mult cu 20%.

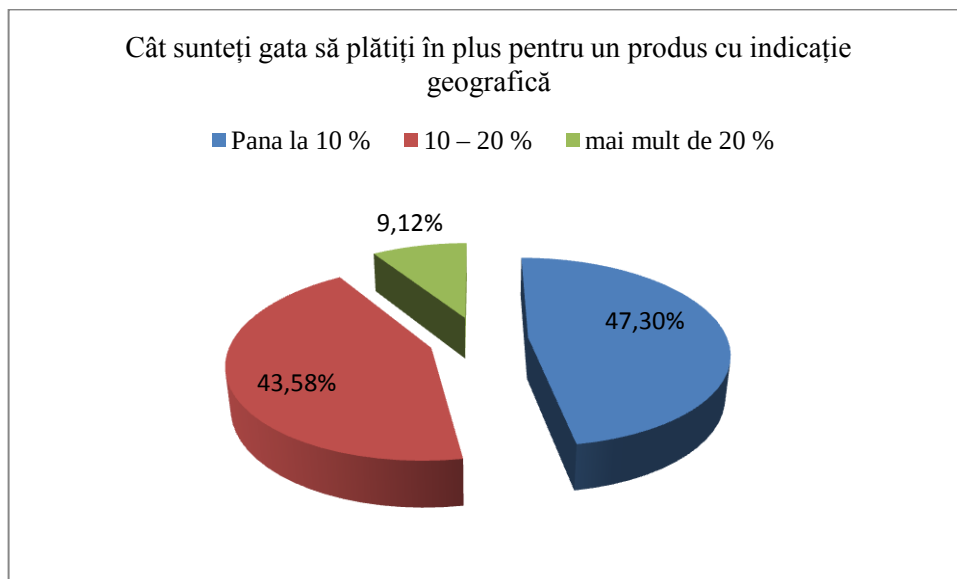


Figura 3.7. Ponderea respondenților pregătiți să plătească mai scump pentru un produs cu indicație geografică pe categorii

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Amintim în acest sens că potrivit unui sondaj de opinie efectuat în anul 1999 în spațiul comunitar asupra a 20000 de persoane, 51% dintre respondenți s-au declarat pregătiți să plătească cu 10-20% mai mult pentru un produs cu indicație geografică protejată față de un produs echivalent fără indicație geografică protejată. Potrivit altor 2 studii realizate în anii 1996 și 1999 asupra a 16000 persoane în spațiul comunitar 43% dintre consumatorii comunitari sunt gata să plătească suplimentar 10% pentru produse cu indicație geografică protejată; 8% ar plăti suplimentar 20%; și 3% ar fi gata să plătească până la 30% mai mult pentru produse cu indicație geografică protejată în comparație cu un produs similar care nu prezintă astfel de semne de calitate și origine [100, 126].

Detaliat datele obținute la această întrebare se prezintă în tabelul ce urmează.

Tabelul 3.8. Ponderea respondenților pregătiți să plătească mai scump pentru un produs cu indicație geografică pe categorii

Cât ați fi gata să plătiți în plus pentru un produs cu indicație geografică protejată?							
		până la 10%		10-20%		mai mult de 20%	
Total		140	47%	129	44%	27	9%
Mediu	Rural	71	24%	55	19%	11	4%

	Urban	69	23%	74	25%	16	5%
Sex	Feminin	84	28%	69	23%	9	3%
	Masculin	56	19%	60	20%	18	6%
Varsta	15-24	17	6%	11	4%	7	2%
	25-34	38	13%	34	11%	9	3%
	35-49	49	17%	52	18%	10	3%
	50 si mai mult	36	12%	31	10%	2	1%
Studii	Medii incomplete	11	4%	5	2%	0	0%
	Medii	35	12%	50	17%	4	1%
	Superioare incomplete	44	15%	21	7%	6	2%
	Superioare	50	17%	52	18%	17	6%
Nivelul veniturilor	Scazut (mai putin de 1650 lei pentru o persoana din familie)	61	21%	32	11%	6	2%
	Mediu (1650 - 3050 pentru o persoana)	57	19%	62	21%	8	3%
	Inalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoana din familie)	22	7%	35	12%	13	4%

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

În ceea ce ține de rezultatele obținute în Republica Moldova atragem atenția că nivelul veniturilor influențează nu doar dorința de a plăti mai mult dar și suma pe care este gata să o plătească consumatorul autohton, astfel, cu cât veniturile sunt mai mari cu atât consumatorul este gata să plătească mai mult pentru a avea garanția originii și calității unui produs agricol sau alimentar.

Tabelul 3.9. Repartizarea respondenților pregătiți să plătească mai scump pentru un produs cu indicație geografică pe categorii de venituri

Sunt gata să plătească mai mult pentru un produs cu indicație geografică						
	Venituri până la 1650 lei/persoană		Venituri de la 1650 până la 3050 lei/persoană		Venituri mai mari de 3050 lei/persoană	
	Nr. respond	%	Nr. respond	%	Nr. respond	%
Pâna la 10 %	61	62%	57	45%	22	31%

10 – 20 %	32	32%	62	49%	35	50%
Mai mult de 20 %	6	6%	8	6%	13	19%
Total	99	100%	127	100%	70	100%

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

Interesant în acest sens de asemenea este faptul că cantitativ mai multe femei (79%) decât bărbați (75%) s-au declarat gata să plătescă mai mult pentru un produs cu indicație geografică, însă bărbații care s-au declarat pregătiți să plătească mai mult sunt gata să achite supraprețuri mai mari decât femeile.

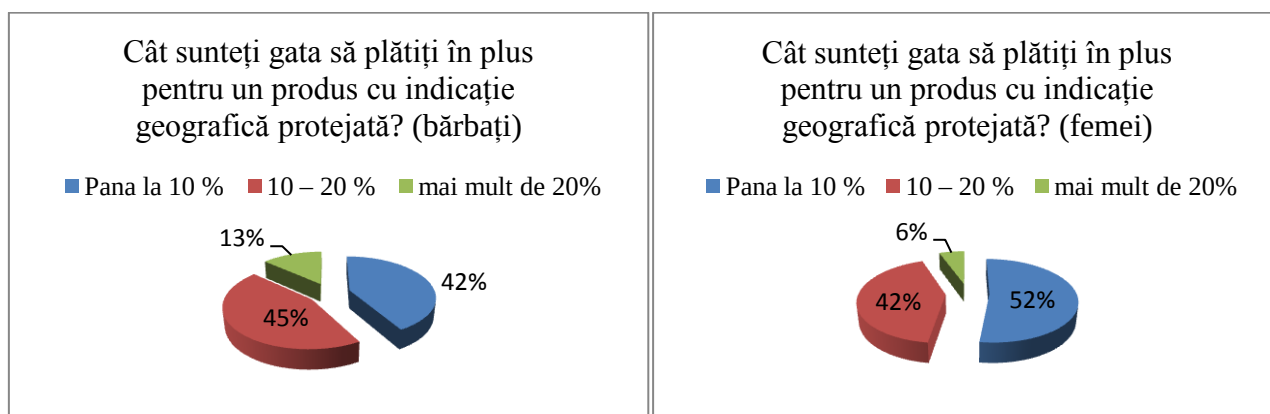


Figura 3.8. Repartizarea respondenților pregătiți să plătească mai scump pentru un produs cu indicație geografică pe sexe

Sursa: *elaborat de autor în baza chestionarului realizat*

La finele chestionarului respondenții au fost invitați să propună unul-două produse care după părerea lor ar putea beneficia de sistemul indicațiilor geografice. Întrebarea adresată a fost: *Dacă ar fi să alegeți un produs deosebit cultivat/produs/preparat în regiunea a cărei originar sunteți, care ar fi acela?* Marea majoritate a respondenților au răspuns fructe (mere (r-nele Edineț, Dondușeni, Drochia), prune (r-nul Strășeni, Călărași), cireșe (r-nul Șoldănești)), legume (roșii (r-nul Orhei, satul Pelivan) cartofi (raionul Briceni)), brânză (r-nul Taraclia, Leova, Ceadâr-Lunga), miere (r-nul Cimișlia, r-nul Hâncești), carne și produse din carne (r-nul Anenii-Noi, satul Domulgeni din raionul Florești), găini și ouă (r-nul Criuleni) etc.

Astfel în cadrul acestui prim sondaj efectuat în rândul consumatorilor din Republica Moldova s-a dovedit că consumatorii autohtoni sunt fideli produselor moldovenești și ar fi gata să plătească mai mult pentru produse cu origine și calitate garantată, iar acest lucru ne duce la concluzia că promovarea sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova ar contribui nu doar la afirmarea produselor moldovenești pe piețele externe ci și la fortificarea poziției acestora pe piața națională.

3.2. Consolidarea cadrului legislativ privind protecția indicațiilor geografice în Republica Moldova

După cum am prezentat în capitolul anterior cadrul legislativ privind protecția indicațiilor geografice în Republica Moldova este unul complex și implică antrenarea mai multor instituții. Totodată acesta este armonizat cu prevederile legale comunitare în domeniu. Menționăm în special faptul armonizării cu reglementările europene din cauza că anume în spațiul comunitar sistemul indicațiilor geografice și-a demonstrat viabilitatea⁶, ceea ce ne face să credem că aplicând aceleași metode vom putea obține rezultate comparabile.

Deși, cadrul legal privind protecția indicațiilor geografice în Republica Moldova este armonizat în cea mai mare parte și în cele mai importante aspecte cu reglementările europene, există și unele diferențe. Unele dintre ele, în opinia autorului, sunt favorabile dezvoltării armonioase a sistemului IG în Republica Moldova⁷, de aceea nu trebuie înlăturate, pe când altele, constituie bariere reale pentru instituirea unui sistem lucrativ și eficient. Anume la aceste diferențe ne vom referi în continuare.

Primul aspect pe care-l vom analiza este acela al procedurii de înregistrării definit și reglementat conform Legii 66/2008.

În conformitate cu prevederile legale actuale, în Republica Moldova doar un grup poate solicita protecția unei IG. Prin “grup” se înțelege orice asociație de producători sau de procesatori, indiferent de forma juridică de organizare sau de componența acesteia, care activează în baza statutului grupului și care desfășoară o activitate de producție pentru produsele specificate în cerere [31]. Această definiție a grupului conține o diferență față de definiția dată grupului în regulamentul comunitar care definește grupul ca fiind: orice asociație, indiferent de forma de organizare juridică, compusă în principal din producători sau procesatori ai aceluiași produs. [56]

Diferența:

în textul legii 66/2008 **asociația** desfășoară o activitate de producție pentru produsele specificate în cerere,

în textul Reg. CE 1151/2012 **producătorii și procesatorii**, membri ai asociației, desfășoară o activitate de producție pentru produs.

⁶ Conform studiului Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI), TENDER N° AGRI–2011–EVAL–04, Octombrie 2012: *produsele care poartă IG sunt vândute la un preț ce depășește de 2,23 ori prețul aceluiași produs care însă nu beneficiază de IG*

⁷ Una dintre cele mai mari diferențe dintre legea 66/2008 și Regulamentul CE 1151/2012 care a înlocuit reglementele CE 509/2006 și 510 /2006 constă în **domeniul reglementat**. Astfel, legea 66/2008 se referă la înregistrarea indicațiilor geografice, denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate pentru toate produsele, atât agro-alimentare cât și manufacturate, ba chiar și la resurse naturale. Regulamentul CE 1151/2012 acoperă doar produsele agro-alimentare exceptând băuturile alcoolice și vinul, pentru care există reglementări speciale. Concomitent, la nivel comunitar nu există nici un act normativ care ar prevedea protecția indicațiilor geografice și a denumirilor de origine pentru alte produse decât agro-alimentare (menționăm că la nivel național aceste prevederi există în majoritatea statelor membre, BG, RO, CZ, HU, etc).

Diferența, deși pare nesemnificativă, comportă importante consecințe, și anume, din reglementările naționale rezultă că asociația însăși ca subiect de drept desfășoară activitatea de producere, aceasta implică niște restricții în privința formei organizatorico-juridice, deoarece limitează dreptul producătorilor de a se asocia în organizații non-profit.

În realitate asociația are doar rolul de gestionare a procesului de protecție, valorificare, promovare și asigurare a respectării drepturilor, iar de producere se ocupă în fapt membrii asociației.

Tot la acest subiect menționăm că atât în conformitate cu prevederile legale naționale actuale, cât și în conformitate cu prevederile legale comunitare grupul solicitant, se formează din producători și procesatori. Dat fiind numărul mic al cererilor, dar și experiența altor state, la moment AGEPI în comun cu MAIA au înaintat un proiect de lege pentru introducerea unor modificări în legea 66/2008. Printre aceste modificări este și următoarea:

La articolul 9 alineatele (2) și (3) vor avea următorul cuprins:

”(2) Doar un grup este în drept să depună o cerere de înregistrare a unei denumiri de origine, a unei indicații geografice sau a unei specialități tradiționale garantate. În sensul prezentei legi, prin “grup” se înțelege orice asociație de producători sau de procesatori, indiferent de forma juridică de organizare sau de componența acesteia. Regulile specifice aplicate grupului se stabilesc în Regulamentul privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate, denumit în continuare Regulament, aprobat de Guvern.

La un grup care depune o cerere de înregistrare a unei denumiri de origine sau a unei indicații geografice:

a) se pot asocia și alte părți interesate;

*b) **poate fi** asimilată o persoană fizică sau juridică, în condițiile stabilite în Regulament sau o autoritate competentă menționată la alineatul (1) al art. 34, în condițiile în care există un interes public pentru protejarea unei denumiri de origine, a unei indicații geografice sau a unei specialități tradiționale garantate.*

*(3) Un grup poate depune cerere de înregistrare a unei denumiri de origine, a unei indicații geografice sau a unei specialități tradiționale garantate numai pentru produsele **pe care le produce sau le obține el însuși** sau, în cazul stipulat la alineatul 2 lit. c) al prezentului articol - doar pentru domeniile ce țin de competența autorităților menționate.”*

După cum se observă din propunerea citată mai sus, discrepanța la definirea grupului dispare la alineatul (2) al articolului 9, însă este reintrodusă la alineatul (3) al aceluiași capitol. Acest lucru apare, în opinia autorului, din cauza unei lacune de traducere a sintagmei: "Applications for registration ... may only be submitted by groups **who work** with the products with the name to be registered " din art. 49 din Regulamentul CE 1151/2012.

Corectă ar fi următoarea formulare a art. 9(3)

*Un grup poate depune cerere de înregistrare a unei denumiri de origine, a unei indicații geografice sau a unei specialități tradiționale garantate numai pentru produsele **cu care lucrează** sau, în cazul stipulat la alineatul 2 lit. c) al prezentului articol - doar pentru domeniile ce țin de competența autorităților menționate.*

Modificarea majora propusă în acest proiect asupra căreia vom atrage o atenție deosebită este introducerea posibilității ca **o autoritate competentă** menționată la alineatul (1) al art. 34, în condițiile în care există un interes public pentru protejarea unei denumiri de origine, a unei indicații geografice sau a unei specialități tradiționale garantate **să poată fi asimilată grupului**. În termeni simpli această modificare permite statului, prin intermediul autorităților competente să înregistreze în nume propriu și să gestioneze anumite indicații geografice, denumiri de origine și specialități tradiționale garantate de interes public deosebit. Modificarea dată a fost inspirată în special de legislația Georgiei care la art 2(d) al Legii privind denumirile de origine și indicațiile geografice ale produselor definește solicitantul ca fiind: *o persoană fizică sau juridică, **autoritate publică sau persoană juridică de drept public**, asociație voluntară de antreprenori, indiferent de forma organizatorico-juridică, care solicită dreptul de a înregistra o denumire de origine sau o indicație geografică și/sau dreptul de a utiliza o denumire de origine sau o indicație geografică protejată [98].*

Cu această abordare Georgia, stat cu o istorie similară istoriei noastre, dar și cu o orientare economică similară a reușit într-un interval relativ scurt de timp să înregistreze 18 denumiri de origine și 16 indicații geografice autohtone pentru vinuri, ape minerale, cașcavaluri, etc [19]. Toate au fost înregistrate pe numele Ministerului Agriculturii al Georgiei, iar ulterior înregistrării mai multe întreprinderi au obținut dreptul de utilizare a unor denumiri de origine. Interesant în acest sens este că unele întreprinderi dețin drepturi de utilizare pentru până la 10 denumiri de origine. Aceasta ne vorbește despre faptul că sistemul indicațiilor geografice în Georgia este utilizat de producătorii mari și nu de microîntreprinderi după cum a fost gândit el de la început în Franța.

Luând în calcul experiența pozitivă a Georgiei a fost propusă introducerea și în Republica Moldova a posibilității de a înregistra indicații geografice/denumiri de origine de către stat. Ce implicații ar putea avea acest fapt asupra numărului și calității cererilor de înregistrare a indicațiilor geografice, dar mai important ce impact va avea această modificare asupra funcționării sistemului per ansamblu se va vedea în timp, totuși analizând experiența anterioară a statului nostru, în special în ceea ce ține de gestionarea de către MAIA a portofoliului mărcilor de stat aprobate prin HG nr. 1080 din 08.10.2001 [26], nu putem să fim foarte încrezători în buna funcționare a sistemului. În special, în opinia autorului, aceasta poate fi periclitată de următorii factori:

- Sistemul indicațiilor geografice este un sistem facultativ și benevol care presupune stabilirea de către producători (viitori utilizatori ai indicației geografice protejate) a unor reguli clare pe care aceștia se obligă să le respecte la producerea produsului cu IGP, pe când în cazul în care statul va înregistra IG acesta și va stabili regulile, ceea ce în principiu poate leza într-o oarecare măsură drepturile producătorilor;

- Una dintre funcțiile de bază ale grupului solicitant constă în asigurarea unui nivel adecvat de protecție a indicației geografice și în apărarea drepturilor asupra acesteia pe piață. Or, în cazul în care în calitate de grup va activa statul riscăm să ne ciocnim de situația în care drepturile asupra unor IGP să nu fie protejate adecvat așa cum se întâmplă cu mărcile de stat;

- O altă menire importantă a grupului constă în faptul că acesta urmărește respectarea de către toți membrii săi a regulilor însumate în caietul de sarcini, în cazul în care înregistrarea va fi efectuată de către stat această misiune îi revine lui, iar experiența ne face să ne îndoim de rigurozitatea cu care această funcție va fi îndeplinită.

În opinia autorului funcția autorităților competente ale statului ar trebui să se rezume la identificarea potențialelor indicații geografice și crearea premizelor pentru intensificarea procesului de valorificare a indicațiilor geografice. Aici este foarte important ca autoritățile însăși să fie conștiente de ceea ce înseamnă o indicație geografică, pentru a evita pe viitor unele dintre greșelile comise la început de cale. Ne referim aici în special la Ordinul MAIA nr. 105 din 10 iunie 2011 privind aprobarea delimitării ariilor geografice vitivinicole pentru producerea vinurilor cu indicație geografică protejată, în conformitate cu care au fost delimitate 4 indicații geografice pentru vinuri și anume Bălți, Codru, Ștefan Vodă și Valul lui Traian [45]. Menționăm acest ordin, pentru că elaborarea acestuia a fost condiționată exclusiv de graba de a asimila un grant de 90 mln. euro promis de BERD pentru dezvoltarea vinurilor cu indicații geografice protejate, și nu de dorința de a valorifica niște indicații geografice existente. Ordinul menționat profanează din start întreg sistemul indicațiilor geografice deoarece indicațiile geografice delimitate nu îndeplinesc nici măcar cerințele minime specificate în definiția dată indicației geografice: nu există nici o reputație nici o caracteristică sau o calitate specifică datorată originii geografice în cazul indicațiilor geografice menționate mai sus. Mai mult, nu există nici un produs real sub aceste indicații, există doar produse potențiale, care ulterior, vor satisface condițiilor înaintate de sistemul indicațiilor geografice, iar acest lucru nu este corect. Schema ce urmează a fi parcursă spre obținerea unui produs cu indicație geografică protejată pornește de la produs real, existent și nu de la o proiecție de viitor.

O altă diferență a sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova față de sistemul comunitar constă în faptul că în conformitate cu art. 10(2) al legii 66/2008 [31]:

Dreptul de utilizare a denumirii de origine protejate sau a indicației geografice protejate se acordă pe o perioadă de 10 ani, cu posibilitatea de reînnoire ori de câte ori este

necesar, dacă se mențin condițiile prevăzute în caietul de sarcini pentru produsul respectiv. Deținătorii acestui drept, înainte de expirarea fiecărei perioade de 10 ani, pot să solicite la AGEPI reînnoirea lui.

Sistemul comunitar de asemenea presupune existența dreptului de utilizare condiționând însă existența acestuia doar de existența și menținerea factorilor naturali și umani care au condiționat apariția calităților/caracteristicilor specifice.

Ce implică această prevedere - o procedură în plus ce trebuie urmată de membrii asociației în vederea obținerii și menținerii certificatului privind dreptul de utilizare asupra indicației geografice.

Rolul acestui certificat privind obținerea dreptului de utilizare este de a certifica menținerea calităților, însă, după cum au menționat și experții europeni, dar și unii experți din țară, verificarea conformității produselor cu caietul de sarcini va avea loc pentru diferite produse cu periodicitate diferită, astfel încât mai corect ar fi ca pentru fiecare domeniu autoritatea competentă să stabilească perioada de timp pentru care este oferit dreptul de utilizare. Spre exemplu, pentru piatră naturală dreptul de utilizare poate fi oferit pe o perioadă mult mai lungă decât pentru vinuri, deoarece calitățile pietrei nu sunt atât de ușor influențate de factorii naturali de la un an la altul.

Conștientizând această lacună legislativă în proiectul de lege privind introducerea unor modificări la legea 66/2008 a fost solicitată excluderea de pe întreg textul legii a sintagmei certificat privind dreptul de utilizare dar și a termenului de valabilitate a acestui certificat.

Totodată, deoarece AGEPI este instituția de stat care ține Registrele Naționale a IGP și a DOP, autoritățile competente sunt obligate să informeze AGEPI despre orice modificare (introducere/ștergere) în listele titularilor dreptului de utilizare.

O altă diferență majoră a sistemului de înregistrare a IG în Republica Moldova față de sistemul IG instituit la nivel comunitar constă în faptul că grupul solicitant trebuie să meargă la 2 instituții de stat distincte pentru a solicita protecția: de la început grupul merge la autoritatea competentă pentru a obține aprobarea caietului de sarcini, după care el trebuie să meargă la AGEPI pentru a înregistra indicația geografică propriu-zisă. Oricât de mult nu am strădui nu vom reuși să găsim în țara noastră o autoritate care să dispună de competențele necesare pentru a asigura ambele proceduri⁸, totuși, în opinia autorului, procedura ar putea fi simplificată prin stabilirea unei conlucrări interinstituționale eficiente astfel încât grupul de producători să meargă la un singur ghișeu pentru a obține protecția. Cel mai logic acest lucru poate fi obținut prin asigurarea următoarei consecvențe a acțiunilor:

⁸ În Franța există Institutul Național al Originii și Calității care îndeplinește atât funcția de aprobare a caietelor de sarcini, cât și funcția de înregistrare a indicațiilor geografice și a denumirilor de origine.

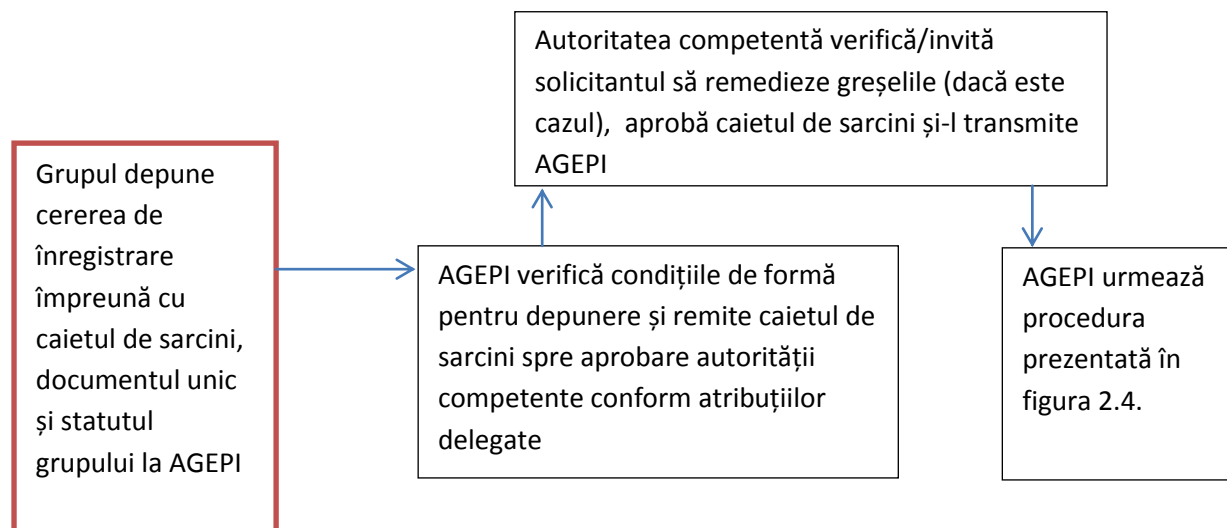


Figura 3.9: Înregistrarea indicației geografice la un singur ghișeu

Sursa: *elaborat de autor*

În favoarea acestei propuneri există mai multe raționamente:

- Se economisește din timpul producătorilor, aceștia fiind scutiți de efectuarea unor proceduri suplimentare
- Se stabilește un dialog interinstituțional constructiv care va fi util în cazul în care la publicarea cererii vor fi depuse opoziții ce țin de domeniile reglementate de caietul de sarcini
- Se asigură transmiterea documentelor anume la autoritatea care este competentă (spre exemplu în cazul apelor minerale aceasta va fi MAIA pentru ape minerale simple sau Ministerul Sănătății pentru ape minerale curative)

În ceea ce ține de documentele ce urmează a fi prezentate la depunerea cererii, în opinia autorului, formularul cererii elaborat propus solicitanților este prea complicat și dublează majoritatea informațiilor pe care solicitantul o prezintă în documentul unic, fapt care pur și simplu complică și mai mult procedura de depunere a cererii. În viziunea autorului, un formular simplificat în care ar fi trecută solicitarea expresă a înregistrării, informațiile de contact ale solicitantului/reprezentantului, denumirea asupra căreia se revendică protecția, inclusiv elementele asupra cărora protecția nu se solicită precum și o listă a documentelor anexate ar diminua esențial efortul solicitantului la depunerea cererii.

Un alt aspect important asupra căruia ar trebui să se reflecteze este acela al costurilor înregistrării unei indicații geografice. În primul rând există o serie de costuri care anticipează însăși înregistrarea și anume: costurile legate de constituirea grupului, costurile legate de delimitarea ariei geografice și de întocmirea caietului de sarcini. Acestea însă diferă de la un caz la altul și în dependență de gradul de pregătire a membrilor grupului sau a consiliului de gestionare a grupului pot fi diminuate la minim prin următoarele metode:

- În majoritatea branșelor de activitate există deja asociații ale producătorilor, respectiv acestea ar putea adăuga la activitățile sale și activitatea de înregistrare a indicațiilor geografice fără a fi nevoie constituirea unor noi asociații

- Membrii asociației ar putea apela la consultanța gratuită a Ministerului de resort pentru a primi informații asupra delimitării ariei, dar și asistență la elaborarea caietului de sarcini (acest lucru fiind destul de ușor de realizat în cazul în care produsul există deoarece nu e nevoie de anticipări și presupuneri ci, în caietul de sarcini se trec datele reale referitoare la procesul de producție dar și la calitățile reale ale produsului.)

Cu totul altfel se prezintă cheltuielile legate de înregistrare, adică taxele de stat pentru depunerea și examinarea cererii precum și pentru înregistrarea unei indicații geografice. Acestea sunt fixate prin Hotărîrea Guvernului Republicii Moldova nr. 774 din 13.08.97 cu privire la taxele pentru servicii cu semnificație juridică în domeniul protecției obiectelor proprietății intelectuale. În primul rând ceea ce trebuie menționat atunci când vorbim de taxele ce urmează a fi achitate pentru înregistrarea unei denumiri de origine, este faptul că ele au fost stabilite înainte de intrarea în vigoare a legii 66/2008 și au fost în principiu copiate de pe taxele mărcilor colective. Dat fiind faptul că taxele au fost adoptate înainte de intrarea în vigoare a legii 66/2008 acestea se referă doar la denumiri de origine nu și la indicații geografice, totuși atunci când au fost depuse spre înregistrare primele indicații geografice le-au fost aplicate taxele de la denumiri de origine. Așadar pentru a înregistra o indicație geografică în Republica Moldova urmează a fi achitate următoarele taxe [27]:

Depunerea cererii de înregistrare a denumirii de origine a produsului	40 Euro
Examinarea cererii de înregistrare a denumirii de origine a produsului	200 Euro
Înregistrarea și eliberarea certificatului de înregistrare a unei denumiri de origine a produsului	300 Euro

În total, în cazul în care nu apar alte întrebări ce urmează a fi contestate, costul înregistrării unei indicații geografice este de 540 euro adică aproximativ 10 000 lei. În cazul în care solicitantul face parte din categoria întreprinderilor mici și mijlocii definite astfel conform criteriilor stabilite în art. 2 alin. (2)–(4) din Legea privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206-XVI din 07.07.2006 [38] achită 50% din cuantumul taxelor. Acest lucru se întâmplă în condițiile în care majoritatea statelor europene ori nu percep nici o taxă pentru înregistrarea unei indicații geografice, ori percep niște taxe simbolice (vezi anexa 9).

Menționăm în acest sens că protecția unei indicații geografice la nivel comunitar este asigurată fără plata vreunei taxe.

Această abordare este corectă, deoarece, în opinia autorului, scutirea de taxe constituie un imbold pentru producători, iar statul câștigă ulterior de pe urma impozitării veniturilor adiționale realizate de producătorii produselor cu IGP.

Până acum ne-am referit la neconcordanțele/deficiențele ce țin de legislația ce reglementează procedura de înregistrare a unei indicații geografice, în continuare vom aborda un alt aspect legislativ important ce are loc în țara noastră și anume neconcordanța unor acte legislative naționale între ele.

Vom începe cu acele patru legi speciale:

- Legea nr. 322-XV din 18.07.2003 cu privire la declararea complexului „Combinatul de vinuri "Cricova" S.A." ” drept obiect al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova;

- Legea nr. 199-XVI din 28.07.2005 cu privire la acordarea statutului de obiectiv al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova bunurilor Întreprinderii de Stat Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici".

- Legea nr. 251-XVI din 04.12.2008 privind constituirea Rezervației cultural-naturale “Orheiul Vechi”;

- Hotărârea Guvernului nr. 228 din 23.03.2009 cu privire la constituirea Rezervației cultural-naturale “Orheiul Vechi”.

În fiecare dintre aceste acte denumirile geografice Cricova, Mileștii Mici și Orheiul Vechi sunt definite ca fiind indicații geografice [sursele 35-37]. Vom analiza în continuare de ce această definiție este eronată și ce trebuie schimbat pentru a putea spune ca aceste 3 denumiri geografice de importanță majoră pentru economia țării noastre să poată să se califice drept indicații geografice.

Tabelul 3.10. Corectitudinea definirii unor localități strategice în calitate de indicații geografice

Cerințe față de o indicație geografică	Cricova	Mileștii Mici	Orheiul Vechi
Poate fi protejată în calitate de indicație geografică denumirea unei regiuni sau localități, a unui loc determinat sau, în cazuri excepționale, a unei țări,	Satisface	Satisface	Satisface
Produsul desemnat este originar din această regiune sau localitate, din acest loc determinat sau din această țară	Satisface	Satisface	Nu satisface (în legea cu privire la constituirea rezervației naturale Orheiul Vechi nu se specifică nici un produs)
Produsul posedă o calitate specifică, reputație sau alte caracteristici ce pot fi atribuite acestei origini geografice;	Satisface	Satisface	Nu satisface (în legea cu privire la constituirea rezervației naturale Orheiul Vechi nu se specifică nici un produs)
Producerea și/sau prelucrarea, și/sau prepararea au loc în aria geografică delimitată.	Satisface	Satisface	Nu satisface (în legea cu privire la constituirea rezervației naturale Orheiul Vechi nu se specifică nici un produs)
În cazul vinului cu indicație geografică, strugurii din care acesta este produs trebuie să	Nu satisface	Nu satisface	Nu satisface (în legea cu privire la constituirea rezervației

provină, în proporție de cel puțin 85%, din aria geografică delimitată, să fie produs în această arie geografică și să fie obținut din soiuri de viță-de-vie aparținând speciei <i>Vitis vinifera</i> sau unei încrucișări între <i>Vitis vinifera</i> și alte specii din genul <i>Vitis</i> .			naturale Orheiul Vechi nu se specifică nici un produs)
Doar un grup este în drept să depună o cerere de înregistrare a unei indicații geografice.	Satisfacă dacă se dovedește că sînt îndeplinite următoarele condiții: a) persoana dată este unicul producător din aria geografică delimitată care dorește să depună cerere; b) aria geografică delimitată prezintă caracteristici esențial diferite de cele din zonele limitrofe sau caracteristicile produsului diferă de cele ale produselor obținute în zonele limitrofe	Satisfacă dacă se dovedește că sînt îndeplinite următoarele condiții: a) persoana dată este unicul producător din aria geografică delimitată care dorește să depună cerere; b) aria geografică delimitată prezintă caracteristici esențial diferite de cele din zonele limitrofe sau caracteristicile produsului diferă de cele ale produselor obținute în zonele limitrofe	Satisfacă dacă de perceput rezervația ca o asociație

Sursa: *Elaborat de autor în baza [31, 35-37]*

După cum se observă din tabelul de mai sus cel mai aproape de conceptul de indicație geografică se află denumirile Cricova și Mileștii Mici, aici există un produs real cu reputație datorată originii geografice, condiții speciale de prelucrare, etc. Ceea ce nu este în conformitate cu cerințele legale este proveniența materiilor prime (atât combinatul Cricova cât și Mileștii Mici folosește materie primă din toată republica pentru a produce vinurile sale). Pe de altă parte această problemă poate fi înlăturată prin aplicarea indicației geografice Cricova și Mileștii Mici doar produselor pentru fabricarea cărora se utilizează materii prime originare din zona geografică delimitată. Întrebarea care rămâne deschisă și nerezolvată este dacă acest lucru se merită cu adevărat din punct de vedere economic.

Argumente în favoarea înregistrării indicațiilor geografice Cricova și Mileștii Mici:

- Posibilitatea utilizării unui semn (IGP) înalt apreciat de consumatorul european și implicit lărgirea pieței de desfacere
- Accesul la un sistem de protecție mult mai puțin costisitor față de sistemul mărcilor⁹
- Posibilitatea controlului chiar de către combinat a utilizării denumirii protejate de către alte persoane și condiționarea folosirii denumirii de corespunderea produselor caietului de sarcini elaborat¹⁰

Argumente împotriva înregistrării indicațiilor geografice Cricova și Mileștii Mici:

- Limitarea utilizării indicației geografice la produse pentru fabricarea cărora sunt utilizate materii prime provenite din zona geografică delimitată (ar putea îngreuna procesul de producție)
- Cheltuieli suplimentare pentru asigurarea trasabilității producției și pentru suportarea controalelor oficiale
- Imposibilitatea monopolizării denumirii geografice¹¹

Astfel agenții economici în cauză trebuie să analizeze atent toate argumentele *pro* și *contra* și să decidă ce este mai benefic dezvoltării sale. Această dilemă trebuie soluționată de agenții economici independent deoarece doar ei cunosc potențialul său real dar și piața de desfacere. La moment, însă, cu siguranță nu putem vorbi despre indicația geografică Cricova și Mileștii Mici, și nici pe departe nu putem vorbi de indicația geografică Orheiul Vechi. Iată de ce, în opinia autorului, pentru evitarea confuziilor ulterioare în textele legilor susmenționate sintagma "indicație geografică" urmează a fi înlocuită cu "denumire geografică."

⁹ Protecția unei indicații geografice în toate cele 28 de state membre a UE este scutită de plata oricăror taxe, protecția mărcii pe același teritoriu 1111 CHF (≈17000 lei)

¹⁰ Orice persoană fizică sau juridică cu domiciliu ori cu sediu în zona geografică Cricova/Mileștii Mici proprietară a unei întreprinderi industriale sau comerciale în funcțiune, are dreptul să folosească indicația geografică "Cricova"/"Mileștii Mici" pentru identificarea produselor fabricate (lucrărilor executate, serviciilor prestate) numai cu autorizația Parlamentului.

¹¹ Sistemul este deschis oricărui producător din zona geografică delimitată care va putea asigura producerea unor produse conforme caietului de sarcini pentru denumirea în cauză

O altă incongruență în domeniul legislativ constă în definirea noțiunii "Divin". Nu putem începe relatarea acestui subiect fără o mică incursiune istorică. În anul 2001 când Republica Moldova a devenit parte la Aranjamentul de la Lisabona, ne-am obligat să nu mai utilizăm faimoasele denumiri de origine "Cognac", "Champagne", "Cahors" ca noțiuni generice, iată de ce s-a decis înlocuirea acestora cu noțiunile "divin", "spumant" și "pastoral" respectiv. În acest context în legislația din domeniul viticulturii apare definirea produsului divin ca fiind distilat de vin învechit. Ulterior, prin Hotărârea nr. 1080 din 08.10.2001 cu privire la aprobarea Listei mărcilor - proprietate a statului "Divin" este recunoscută ca fiind marcă de stat pentru produsul divin. Urmare acestei hotărâri producătorii de distilat de vin învechit sunt obligați să indice pe etichetă denumirea produsului său – divin, pentru care, în același timp este obligat să obțină permisiunea Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare pentru utilizarea mărcii de stat "Divin" (contra plată). Au trecut mai mult de 10 ani în care producătorii s-au obișnuit cu ambiguitatea utilizării termenului divin, după care, în cadrul negocierilor Acordului bilateral RM-UE pentru protecția reciprocă a indicațiilor geografice, s-a luat decizia de a recunoaște "Divin" drept indicație geografică. Această decizie a fost luată în contextul în care:

- Conform art. 5(3) din Legea 66/2008: sînt, de asemenea, considerate denumiri de origine sau indicații geografice denumirile geografice sau negeografice tradiționale ce desemnează un produs agricol sau alimentar care îndeplinește condițiile stipulate în definiție [31]
- Conform art 22(1) din Acordul TRIPS: prin indicații geografice se inteleg indicații (indiferent că sunt geografice sau negeografice) care servesc la identificarea unui produs ca fiind originar ... [143]
- În anexele la acordul bilateral citat Uniunea Europeană a înaintat spre protecție următoarele indicații geografice: Grappa, Ouzo, Pălincă [2]

Reieșind din cele expuse dar și ținând cont de faptul că denumirea Divin este utilizată doar pentru marcarea distilatului de vin învechit produs pe teritoriul Republicii Moldova și este asociat în mintea consumatorului cu această origine în cadrul negocierilor s-a ajuns la concluzia că respectiva denumire ar putea de asemenea beneficia de protecție în calitate de indicație geografică.

Respectiv, la data de 08 noiembrie 2012 Asociația Producătorilor de Divin și Brandy de Moldova a depus la AGEPI cererea de înregistrare a indicației geografice Divin. În urma examinării indicația geografică Divin a fost înregistrată la data de 05 august 2013.

Astfel la moment, în Republica Moldova, denumirea Divin este folosită cu 3 sensuri distincte:

- Categorie de produs
- Marcă de stat
- Indicație geografică protejată

De aceea în perioada imediat următoare urmează a fi introduse modificările de rigoare în cel puțin 3 acte normative naționale și anume:

Legea nr. 57 din 10.03.2006 viei și vinului în care noțiunea "divin" se utilizează pentru a defini o anumită categorie de produse, dar și pentru a defini Asociația producătoare a produsului cu indicație geografică protejată Divin

Legea nr. 1100 nr.1100-XIV din 30.06.2000 cu privire la fabricarea și circulația alcoolului etilic și a producției alcoolice în care noțiunea "divin" se utilizează pentru a defini o anumită categorie de produse

Hotărârea nr. 1080 din 08.10.2001 cu privire la aprobarea Listei mărcilor - proprietate a statului în care noțiunea "divin" este concomitent utilizată pentru a defini o anumită categorie de produse dar este recunoscută și în calitate de marcă de stat.

Introducerea unei clarități în privința utilizării noțiunii "indicație geografică" dar și evitarea utilizării noțiunii "divin" cu sensul de categorie de produse precum și excluderea acestei denumiri din lista mărcilor de stat ar influența pozitiv evoluția sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova.

Un alt aspect legislativ care urmează a fi modificat, în opinia autorului ține de cadrul legal privind asigurarea respectării drepturilor asupra unei indicații geografice.

În conformitate cu codul contravențional al Republicii Moldova încălcarea drepturilor asupra oricărui drept de proprietate intelectuală cu excepția indicațiilor geografice este constatată de organele afacerilor interne (art. 400), pe când încălcarea drepturilor asupra unei indicații geografice ține de competența Agenției pentru Protecția Consumatorului (art. 408). Această prevedere a fost introdusă drept urmare a negocierii acordului bilateral RM-UE privind protecția reciprocă a indicațiilor geografice. Acordul conține la art. 6 o prevedere conform căreia Părțile se obligă să asigure protecția indicațiilor geografice incluse în anexele la Acord prin măsuri administrative sau proceduri judiciare după caz, inclusiv la frontierele vamale (import/export). Prevederile acestui articol au fost interpretate eronat ca fiind o obligație a părților de a asigura respectarea drepturilor asupra IG fără implicarea titularului de drepturi, iar cum Ministerul Afacerilor Interne nu dispune de atribuțiile necesare, s-a decis ca asigurarea drepturilor asupra IG să fie delegată unei autorități abilitate, și anume Agenției pentru Protecția Consumatorului. Decizia de a introduce o atare prevedere în codul contravențional nu este corectă și nu răspunde nici cerințelor acordului, nici realităților țării noastre.

Decizia de a atribui asigurarea respectării drepturilor asupra indicațiilor geografice Agenției pentru Protecția Consumatorului nu este una bună deoarece:

a) prevederile art.6 din Acordul bilateral RM-UE au fost interpretate greșit. În cadrul conferințelor și întâlnirilor cu diverși specialiști europeni a fost concretizat că UE nu cere decât asigurarea existenței procedurii ex-officio care la noi în țară funcționează deja de mai mulți ani și

nici de cum asumarea întregii responsabilități pentru apărarea drepturilor asupra IG de către stat. Mai mult, potrivit experților europeni (Veronique Fouks (INAO), Michaly Ficsor (Oficiul Ungar de Proprietate Intelectuală), Dariusz Coszczyński (Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Regionale din Polonia)) nici statele europene nu vor asigura o atare protecție pe teritoriul comunitar IG moldovenești.

b) Agenția pentru Protecția Consumatorului nu are nici un specialist pregătit pentru efectuarea acestei activități. Vorbitor în acest sens este faptul că pe parcursul ultimilor 3 ani nu a fost pornit nici un dosar pe motivul încălcării drepturilor asupra unei IG, în același timp în fiecare supermarket mare din capitală găsești CAGOR care încalcă drepturile asupra denumirii de origine CAHORS, în unele supermarkete găsești КОЛЬЯК care încalcă drepturile asupra denumirii de origine COGNAC, iar la piața centrală găsești ИИАМПАИНСКОЕ care încalcă drepturile asupra denumirii de origine CHAMPAGNE [sursele 43, 50, 51].

c) Reieșind din recomandările experților străini de suportul cărora a beneficiat Republica Moldova pe parcursul ultimilor ani dar și pentru a face față provocărilor la compartimentul asigurarea respectării DPI, în cadrul MAI, a fost instituită o subdiviziune specializată în combaterea delictelor din sfera proprietății intelectuale în cadrul INI al IGP al MAI, Secția Combaterea infracțiunilor în domeniul proprietății intelectuale a Direcției nr. 3 Investigare fraude economice (2 persoane) cu ramificații în toate Inspectoratele de Poliție. Drept rezultat, în urma reformei, în cadrul fiecărui inspectorat de poliție a fost desemnată câte o persoană responsabilă de coordonarea acțiunilor ce țin de combaterea încălcărilor drepturilor de proprietate intelectuală. Secția Combaterea infracțiunilor în domeniul proprietății intelectuale pune accentul pe organizarea și desfășurarea acțiunilor necesare pentru prevenirea, depistarea și documentarea infracțiunilor ce țin de încălcarea drepturilor asupra proprietății intelectuale. Întreaga activitate a secției are drept scop protejarea persoanelor fizice și juridice împotriva unor activități economice care lezează drepturile asupra proprietății intelectuale, generând concomitent riscuri sporite pentru potențialii consumatori ai produselor contrafăcute [43].

d) În scopul asigurării unui mediu de afaceri corect și legal, Inspectoratul General de Poliție, prin intermediul subdiviziunii specializate a înregistrat și a procesat, pe parcursul anului 2013, 143 de sesizări privind încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală ceea ce este practic triplu față de numărul sesizărilor depuse în anul precedent [51].

În acest sens, după părerea autorului, ar fi benefică introducerea modificărilor în Codul contravențional pentru a delega toate responsabilitățile ce țin de asigurarea respectării drepturilor asupra IG pe piața internă a RM organului afacerilor interne, care este mai pregătit din punct de vedere al personalului dar și deține atribuțiile privind respectarea celorlalte drepturi de proprietate intelectuală.

3.3. Crearea premizelor organizatorice și financiare pentru dezvoltarea dinamică a sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova

Sistemul indicațiilor geografice este un sistem de perspectivă pentru Republica Moldova, iată de ce crearea premizelor organizatorice și financiare pentru dezvoltarea dinamică a acestuia ar trebui să constituie una dintre prioritățile strategice ale țării noastre.

Dezvoltarea armonioasă a sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova este în interesul tuturor actorilor economici:

- Producătorii obțin un mecanism eficient de diferențiere a produselor și concomitent de fidelizare a clientelei;
- Consumatorii obțin accesul la un sistem de calitate credibil garantat de către producător și de către stat;
- Statul obține beneficii de pe urma creșterii cantitative și valorice a consumului de produse autohtone.

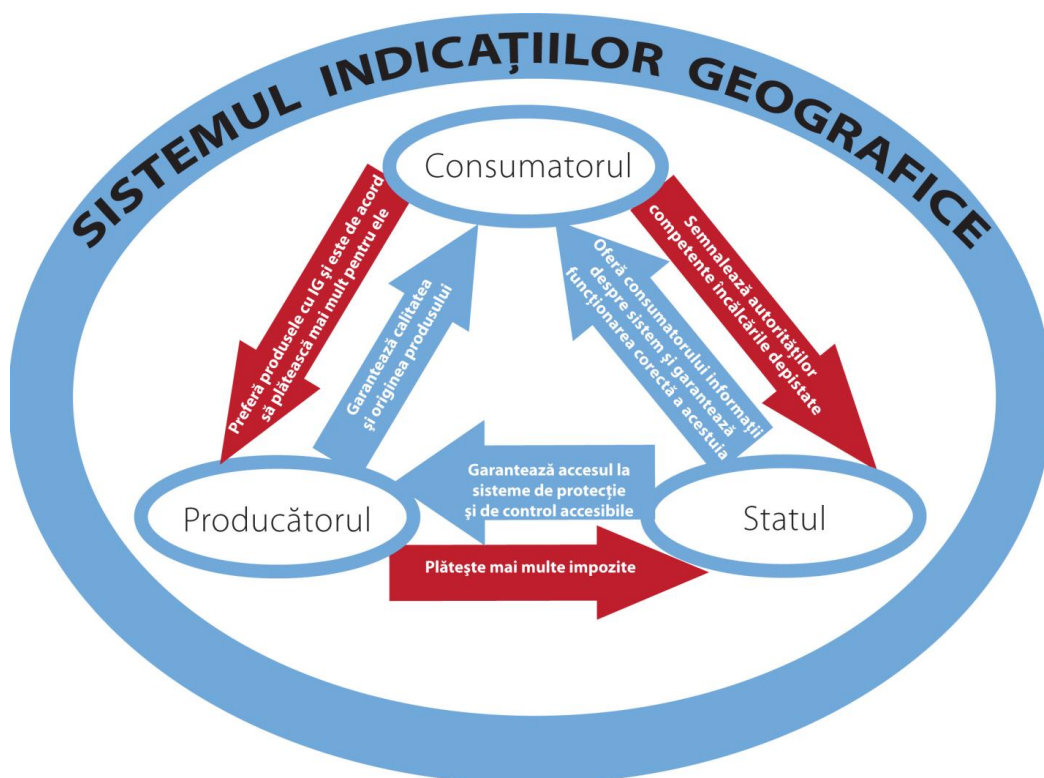


Figura 3.10. Interacțiunea actorilor economici în cadrul sistemului indicațiilor geografice

Sursa: elaborată de autor

Fiecare dintre aceste avantaje economice sunt condiționate de existența anumitor factori, pe care îi vom detalia în continuare:

- A) Existența interesului din partea producătorilor;
- B) Existența cadrului instituțional și a cadrului legal necesare;
- C) Existența cererii pentru produse moldovenești cu indicație geografică.

A) Nu este un secret că pentru a trezi interesul producătorului față de sistemul indicațiilor geografice el trebuie să fie cointerestat financiar (scopul oricărei activități economice este în primul rând maximizarea profiturilor) iar implementarea unei indicații geografice la prima vedere pentru un producător contribuie doar la sporirea cheltuielilor. Și cu toate că studiile realizate atât pe plan național [41] cât și pe plan internațional [100, 140, 148, 149, 151], dar și exemplele unor produse concrete citate în unele lucrări de referință în domeniu [128-130, 146, 150] ne permit să susținem că, în principiu, produsele cu indicație geografică protejată sunt vândute mai scump decât aceleași produse care nu poartă o indicație geografică, producătorii autohtoni sunt încă prea puțin familiarizați cu avantajele și oportunităților oferite de sistemul IG. Producătorii autohtoni preferă să recurgă la sistemul mărcilor comerciale pentru a obține o oarecare protecție, însă sistemul mărcior nu răspunde necesităților reale de protecție în cazul denumirilor geografice (este la fel cum ai recurge la protecția prin design industrial în cazul unei invenții).

Așa în ultimii ani au fost depuse spre înregistrare zeci de mărci constând sau conținând denumiri geografice potențiale IG, printre acestea CRICOVA, BARDAR, CIORESCU, CAHUL, CUPCINI, SOROCA, UNGHENI, GURA CĂINARULUI etc. Soarta acestor cereri a fost:

- Cererile au fost respinse în cazul în care mărcile revendicate constau exclusiv din denumirea geografică (conform prevederilor legale, art 7(1)c) din Legea 38/2008);
- Cererile au fost acceptate cu limitarea dreptului exclusiv în cazul în care mărcile revendicate conțineau pe lângă denumirea geografică elemente pasibile de protecție (conform art. 10 din Legea 38/2008).

În cazul în care mărcile au fost acceptate drepturile obținute de titularii acestora sunt limitate, adică oricine altcineva poate utiliza denumirea geografică respectivă în cadrul unei alte mărci chiar și pentru produse identice. Altfel ar fi stat lucrurile dacă aceste denumiri geografice ar fi fost înregistrate în calitate de indicații geografice, în acest caz persoana ce vrea să utilizeze denumirea geografică respectivă trebuie să garanteze că produsul său corespunde caietului de sarcini, adică cel puțin titularii dreptului de utilizare sunt siguri că nu va apare mâine un terț producător care va fabrica produse de o calitate mult mai joasă și va utiliza aceeași denumire geografică știrbind prin acest fapt reputația denumirii.

Spre exemplu, denumirea Gura Căinarului este o denumire geografică utilizată de către compania Rusnac-MoldAqua SRL pentru a marca produsul său *apă minerală* provenită dintr-o sursă ce se află în localitatea Gura Căinarului. În anul 2002 producătorul a depus spre înregistrare marca GURA CĂINARULUI executată în caractere standard. Drept răspuns AGEPI

a respins cererea. Ulterior, în 2006 producătorul a depus spre înregistrare marca combinată GURA CĂINARULUI, în acest caz, marca a fost înregistrată fără a oferi titularului drepturi exclusive asupra elementului verbal GURA CĂINARULUI, adică de facto titularul nu a obținut nimic. Concomitent, în rezultatul promovării intense denumirea geografică GURA CĂINARULUI devine tot mai cunoscută și apar și primele atentate la reputația acesteia. În anul 2008 este depusă spre înregistrare și este acceptată marca GURA IZVORULUI executată în caractere standard. În acest context titularul mărcii Gura Căinarului nu are altă ieșire din situație decât să meargă în instanță și pe parcursul a 5 ani să demonstreze că prin această înregistrare drepturile-i sunt lezate, iar titularul mărcii GURA IZVORULUI a acționat cu rea-credință. În rezultatul acestor eforturi, marca GURA CĂINARULUI a fost declarată notorie prin decizia Curții Supreme de Justiție din 2013.06.12, iar marca GURA IZVORULUI a fost anulată [5]. Toate acestea ar fi putut fi evitate dacă denumirea Gura Căinarului ar fi fost protejată în calitate de indicație geografică. Acesta este doar un exemplu de denumire geografică cu reputație care nu este protejată cuvenit, iar toate se datorează necunoașterii sistemului de către producători.

După cum se prezintă situația una din prerogativele autorităților de stat la moment constă în promovarea sistemului indicațiilor geografice. Unele acțiuni concrete în acest sens au fost deja întreprinse de AGEPI de MAIA. Spre exemplu conform informațiilor prezentate în Studiul privind căile de îmbunătățire a protecției indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate în Republica Moldova, realizat de AGEPI pe parcursul anului 2013, Agenția a întreprins următoarele măsuri în vederea promovării sistemului [68]:

- peste 40 de seminare, mese rotunde și alte activități dedicate IG, DO, STG, pentru diverși beneficiari, inclusiv 14 seminare pentru producătorii din teritoriul țării au fost organizate în 2013 în comun cu Camera de Comerț și Industrie
- editarea și diseminarea de publicații – ghiduri, materiale informative, articole în reviste de specialitate (Intellectus, AGEPI-Info) și în mass-media, interviuri acordate pe acest subiect în mass-media republicană, emisiuni radio și TV etc.
- predarea disciplinei „Indicații geografice, denumiri de origine și specialități tradiționale garantate” în cadrul cursurilor de instruire „Protecția proprietății intelectuale” pentru consilieri în proprietatea intelectuală (Cursuri organizate de AGEPI), care sunt absolvite anual de 15 - 20 de persoane;
- atestarea mandatarilor autorizați: până în prezent au fost atestați 14 mandatar autorizați pe domeniul „Indicații geografice, denumiri de origine și specialități tradiționale garantate”;
- oferirea accesului on-line gratuit la Baza de date „Indicații Geografice”, care conține informația privind IG și DO protejate pe teritoriul RM, inclusiv celor din UE ;

- oferirea consultanței pe problemele legate de IG, DO, STG atât în sediul AGEPI, cât și prin intermediul site-ului www.agepi.gov.md;

- întâlniri și discuții directe cu asociațiile de producători; astfel, pe parcursul anului 2013 au avut loc 3 întruniri de lucru cu asociațiile de producători, în cadrul cărora s-a discutat pe marginea colaborării bilaterale în vederea identificării și promovării produselor care pot fi protejate prin intermediul IG, DO și anume cu:

- Asociația producătorilor de pomușoare “BACIFERA”;
- Asociația producătorilor de fructe din RM;
- Asociația apicultorilor din RM.

Anumite măsuri de promovare au fost întreprinse și de Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare (MAIA). Cu suportul Ministerului, în anul 2012 au fost create trei asociații de producători de vinuri cu indicație geografică - ȘTEFAN VODĂ, VALUL LUI TRAIAN, CODRU și o asociație de producători de rachiu de vin cu indicația geografică DIVIN, iar anterior au fost înregistrate la AGEPI denumirile de origine CIUMAI și ROMANEȘTI. De asemenea, Ministerul a organizat seminare, mese rotunde, dezbateri publice în vederea informării producătorilor din sectorul vitivinicol despre avantajele producerii producției cu IG și DO, producătorii au fost și sînt susținuți informațional și tehnic în ceea ce ține de delimitarea ariilor geografice pentru produsele vitivinicole cu IG și DO, elaborarea caietelor de sarcini, etc. În cadrul expozițiilor specializate au fost organizate mese rotunde dedicate tematicii indicațiilor geografice destinate producătorilor de produse alimentare (lactate, carne, panificație. etc.)

De asemenea, în cadrul MAIA au fost delimitate subdiviziunile responsabile de omologarea caietelor de sarcini pentru produsele alimentare cu IG, DO și STG, conform domeniilor de reglementare [68].

Multe însă mai trebuie făcute pentru a ajunge la un grad satisfăcător de cunoaștere a sistemului IG în rândul producătorilor, cu toate acestea putem spune ca primele acțiuni de promovare a sistemului au fost întreprinse urmând în perioada următoare ca acțiunile să se concretizeze, să se conformeze cerințelor reale ale producătorilor și să înceapă a aduce roade reale.

B) Următorul factor care influențează constituirea sistemului IG este existența cadrelor legal și instituțional adecvate. În privința cadrului legal ne-am expus în paragraful anterior acum ne vom rezuma la o expunerea unor acțiuni ce urmează a fi întreprinse în vederea consolidării cadrului instituțional.

Amintim că producătorii interesați în protecția unei indicații geografice urmează să întreprindă o serie de măsuri premergătoare înregistrării, care implică interacțiune acestuia cu mai multe instituții publice.

Așadar, pentru a utiliza în comerț o indicație geografică protejată precum și simbolul național asociat acesteia producătorii trebuie să treacă prin următoarele etape:

- Constituirea grupului
- Delimitarea ariei geografice
- Întocmirea caietului de sarcini
- Aprobarea caietului de sarcini
- Înregistrarea indicației geografice
- Supunerea procesului de producție și a produselor unui control oficial
- Asigurarea respectării drepturilor asupra indicației geografice.

Pentru fiecare dintre aceste etape producătorii sunt nevoiți să se adreseze la diferite autorități publice, astfel:

- pentru constituirea grupului producătorii urmează să meargă la Ministerul Justiției (în cazul în care se asociază în formă de organizație obștească non-profit), sau la Camera Înregistrărilor de Stat (în cazul în care forma asocierii este SA, SRL, etc.)

- pentru delimitarea ariei geografice și pentru întocmirea caietului de sarcini grupul solicitant trebuie să apeleze la instituții specializate din cadrul Academiei de Științe a Moldovei, sau din cadrul Ministerului de resort

- pentru aprobarea caietului de sarcini producătorii trebuie să depună documentele necesare la autoritatea competentă desemnată în conformitate cu HG nr. 644 din 19.07.2010 cu privire la desemnarea autoritatilor competente abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu denumiri de origine și indicații geografice și la specialitățile tradiționale garantate și a autoritatilor competente responsabile de controalele oficiale privind conformitatea acestor produse

- pentru înregistrarea unei indicații geografice cererea însoțită de anumite acte trebuie depusă la AGEPI

- pentru a asigura controlul produselor producătorii trebuie să se adreseze la autoritățile competente responsabile de controalele oficiale privind conformitatea acestor produse cu cerințele caietului de sarcini desemnate de asemenea prin HG nr. 644 din 19.07.2010

- pentru a asigura respectarea drepturilor producătorii urmează să monitorizeze piața și să semnaleze orice încălcări organelor competente: Serviciul Vamal în cazul încălcării drepturilor la frontieră, Agenției pentru Protecția Consumatorului în cazul încălcării drepturilor pe piața internă sau Procuraturii Generale în cazuri de încălcări ce implică cauzarea unor daune deosebit de mari (mai mult de 50000 lei).

O problemă stringentă cu care se confruntă producătorii interesați de sistemul IG este lipsa cadrelor care să posede cunoștințe specifice în cadrul autorităților competente [68].

În acest sens menționăm 2 cazuri care arată că o pregătire cuvenită a cadrelor ar spori numărul indicațiilor geografice protejate în Republica Moldova.

a) Cererea de înregistrare a denumirii de origine SOROCA pentru ape minerale depusă de compania APA-VIEȚII S.R.L la data de 2006-06-16

b) Cererile pentru înregistrarea denumirilor de origine Merlot de Talmaza și Cabernet de Talamaza depuse de compania Lion Gri pentru produsul vin în anul 2008.

În primul caz cererea a fost depusă de către compania APA-VIEȚII S.R.L conform Legii 588/1995 în vigoare la acea dată. Cererea conținea documentele care erau solicitate conform legislației în vigoare la moment, doar că unele dintre actele prezentate erau învechite datând cu anii 1999, iată de ce solicitantul a fost rugat într-un termen rezonabil să prezinte documentele actualizate. Între timp a intrat în vigoare Legea 66/2008 în conformitate cu care competențele pentru aprobarea caietelor de sarcini au fost delegate diferitor ministere după competențe. În așa fel solicitantul s-a pomenit în situația în care pentru a prezenta documentele solicitate trebuia să se adreseze la 2 autorități: la Ministerul Sănătății pentru ape minerale medicinale și/sau la Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare pentru ape minerale naturale. Cu toate că solicitantul a încercat să îndeplinească cerințele legale adresându-se la ambele aceste instituții s-a dovedit că nici una dintre ele nu are o secție sau cel puțin un specialist care ar fi putut să acorde asistența necesară. Astfel, din cauza unor impedimente birocratice, solicitantul a preferat să renunțe la cererea de înregistrare a denumirii de origine Soroca, la moment aceasta fiind protejată doar în grafica specială în calitate de marcă¹². Ceea ce înseamnă că orice persoană din raionul Soroca poate să utilizeze denumirea Soroca pentru a desemna ape minerale de orice calitate provenite din acest teritoriu. Cine are de pierdut de pe urma acestui caz? În primul rând producătorul care nu deține nici un control asupra denumirii Soroca, iar în al doilea rând consumatorul care nu poate avea certitudinea unei anumite calități garantate de sistemul indicațiilor geografice.

În al doilea caz, cel al cererilor Merlot și Cabernet de Talamaza situația se prezintă și mai dramatic. Cererile respective au fost depuse conform Legii 588/1995, toate documentele prezentate erau conforme cerințelor. Mai mult, documentele prezentate erau conforme și cerințelor legii 66/2008 doar că nu erau întrunite în forma unui caiet de sarcini, dar această deficiență ușor putea fi înlăturată prin adăugarea unei foi de titlu la toată documentația tehnică prezentată la dosar. Astfel, în urma examinării formale solicitantul a fost invitat să remedieze această iregularitate depistată, amintesc că conținutul documentelor prezentate era întru totul conform cerințelor legale. Urmare notificării primite de la AGEPI solicitantul s-a adresat la Ministerul de resort pentru a primi acea aprobare a caietului de sarcini, însă Ministerul

¹² În conformitate cu prevederile legale, în cazul mărcilor, dreptul exclusiv nu se extinde asupra denumirilor geografice.

Agriculturii și Industriei Alimentare a refuzat să aprobe caietul de sarcini prezentat pentru următoarele motive:

- Aria delimitată este prea mică
- Conform Ordinului MAIA nr. 50 din 04.04.2012 privind aprobarea delimitării

ariilor geografice vitivinicole pentru producerea vinurilor cu denumire de origine protejată aria delimitată face parte din dintr-o arie mai largă delimitată pentru potențiala denumire de origine Purcari.

Ambele aceste argumente sunt, în opinia autorului, incorecte - dimensiunea ariei geografice nu poate fi considerată ca fiind un argument plauzibil deoarece Institutul Științifico-Practic de Horticultură și Tehnologii Alimentare a confirmat în documentația aferentă cererilor de înregistrare a denumirilor de origine menționate mai sus că în aria delimitată există condiții naturale deosebite, iar unele denumiri de origine franceze acoperă arii chiar mai mici decât aria acoperită de potențialele denumiri de origine Merlot și Cabernet de Talamaza.

Cel de-al doilea argument, potrivit căruia MAIA deja a delimitat ariile pentru denumiri de origine și aceste delimitări nu se discută, de asemenea nu este unul corect deoarece delimitarea ariilor geografice trebuie să corespundă și realităților economice dar și intereselor producătorilor și dacă compania Lion-Gri a considerat oportun pentru sine să întreprindă toate măsurile în vederea delimitării unei arii geografice mici dar care se deosebește de ariile adiacente atunci această alegere trebuie respectată și susținută. Acest argument înaintat de MAIA este cu atât mai departe de adevăr cu cât delimitarea unor denumiri de origine nu exclude existența altor denumiri de origine mai mici în cadrul acestora. Spre exemplu în regiunea Bordeaux (Franța) care este delimitată ca denumire de origine sunt peste 30 de denumiri de origine mai mici, printre care Medoc, Entre-Deux-Mers, Saint-Emilion, Graves etc.

Poziția colaboratorilor MAIA este cu atât mai stranie cu cât în condițiile economiei de piață producătorul va fi acela care va suporta toate cheltuielile legate de producerea, promovarea și protecția denumirilor de origine revendicate.

În rezultatul acestei poziții a oficialilor de la Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare producătorul a renunțat la cererile sale de a înregistra 2 denumiri de origine înregistrând în acest fel pierderi colosale, deoarece pentru a analiza și a evalua caracteristicile solului, pentru a face o delimitare geografică corectă și imparțială, pentru a face o descriere profesionistă a produsului și a procesului de producție, dar și pentru a organiza testarea și degustarea produselor obținute din aria geografică delimitată producătorul a suportat cheltuieli importante care nu vor putea fi recuperate, deoarece MAIA nu consideră că denumirile de origine solicitate pot fi recunoscute ca atare.

Aceste 2 cazuri citate mai sus ne vorbesc vădit despre faptul că instruirea continuă a personalului din cadrul instituțiilor de stat dar și stabilirea unor reguli și mecanisme clare în ceea

ce privește aprobarea caietelor de sarcini, ar contribui la valorificarea sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova.

O altă problemă cu care se confruntă producătorii ce doresc deja să utilizeze sistemul indicațiilor geografice constă în lipsa unor instrucțiuni clare a ceea ce urmează să întreprindă un producător pentru a intra în acest sistem specific de calitate. Asemenea instrucțiuni, într-o formă destul de generalizată se conțin în proiectul Reglementării tehnice privind organizarea pieței vitivinicole [52], însă ele se referă doar la domeniul vitivinicol și nu poate fi preluat pentru alte produse. Așadar o direcție, benefică sistemului IG, pentru acțiunile viitoare a instituțiilor de stat constă în elaborarea unor ghiduri practice, accesibile și explicite în care să fie expres menționați pașii ce urmează a fi întreprinși de către producători cu indicarea concretă a instituțiilor și poate chiar a persoanelor care urmează a fi contactate pe fiecare domeniu în parte.

C) Încă o problemă și poate chiar cea mai semnificativă dintre toate problemele semnalate pînă acum care împiedică constituirea sistemului IG în țara noastră este aceea că consumatorii din Republica Moldova nu sunt deloc familiarizați cu sistemul indicațiilor geografice. Concomitent, nu putem să nu ținem cont de faptul că majoritatea consumatorilor autohtoni (94%) acordă o mare atenție originii geografice a produselor considerând că aceasta joacă un rol foarte important și influențează direct asupra calității produselor, în special a produselor agro-alimentare. În plus, atunci când vorbim de produsele agricole și alimentare majoritatea covârșitoare a consumatorilor preferă produsele moldovenești celor de import [41].

Astfel, una dintre acțiunile pe care ar trebui să le întreprindă statul nostru este promovarea sistemului indicațiilor geografice în așa fel ca și consumatorul mediu din Republica Moldova să înțeleagă că procurând un produs cu indicație geografică protejată procură un produs care are o origine și o calitate garantată. Acest lucru poate fi îndeplinit doar prin lansarea unor spoturi publicitare informative în care consumatorului să i se comunice ce înseamnă o indicație geografică și de ce este mai sigur să procure un produs cu indicație geografică. În cadrul acestor spoturi de asemenea trebuie aduse la cunoștința publicului larg acele simboluri naționale care vor fi asociate indicațiilor geografice și denumirilor de origine. În așa fel consumatorul chiar și fără a cunoaște poate denumirea unei localități, sau a unei regiuni la depistarea simbolurilor va ști că ține în mână un produs cu indicație geografică protejată, iar acest lucru îl va determina cel mai probabil să pledeze pentru acel produs. Campania de popularizare a sistemului indicațiilor geografice poate fi finanțată din rezervele Ministerului Economiei și Intergrării Europene, pentru că promovând sistemul indicațiilor geografice în Republica Moldova vor fi atinse cel puțin 2 dintre obiectivele strategice ale țării noastre:

- Promovarea unui sistem care creează premisele necesare producerii unor produse autohtone calitative și competitive.

- Diversificarea exporturilor și susținerea unor produse care vor fi competitive pe piața europeană.

La nivel comunitar lansarea unor atare campanii de promovare este practică deja de zeci de ani, iar Comisia Europeană alocă anual sume importante pentru a susține promovarea produselor agricole europene, inclusiv pentru promovarea sistemelor de calitate europene. Conform unui raport al Comisiei Europene în perioada ianuarie 2006 - iulie 2010 Comisia a cofinanțat 134 programe de promovare a produselor europene pe piața comunitară și 49 de programe de promovare pe piețele externe. În total în această perioadă Comisia europeană a alocat 248 mln Euro în scopul promovării consumului produselor europene [125]. Potrivit aceleiași surse, dintre cele 183 de programe de promovare cofinanțate de Comisia Europeană 10 programe s-au referit strict la promovarea unor produse cu indicații geografice și cu denumiri de origine protejate.

Concomitent, în urma acestor programe de promovare a sistemului indicațiilor geografice vor avea de câștigat și consumatorii care vor fi deja mult mai informați în privința calităților unui produs.

Data fiind dimensiunea mică a pieței autohtone comparativ cu potențialul de producere a țării noastre o prerogativă a statului nostru pentru perioada următoare ar trebui să fie promovarea exporturilor de produse cu indicații geografice autohtone în alte țări.

Din păcate nu putem să ne lăudăm la moment cu o apreciere din exterior a produselor moldovenești, mai mult, nu putem nici măcar să ne lăudăm cu o cunoaștere largă a țării noastre ca etnie cu tradiții seculare în producerea de produse agroalimentare de calitate. În acest context se prezintă benefică întreprinderea de către statul nostru a unor măsuri concrete pentru asigurarea unei imagini pozitive a țării noastre peste hotare - așa numitul "country branding" sau brandingul de țară. Brandingul țării constă în promovarea imaginii țării în vederea creării unei percepții pozitive asupra a tot ce vine din țara respectivă. Această noțiune îmbină în sine conceptul de marcă și indicație geografică dar este ceva mai larg și mai comprehensiv. Dezvoltarea brandului țării este pe larg utilizată atât de țările dezvoltate cât și de cele în curs de dezvoltare. În publicația OMPI, "Rolul proprietății intelectuale, în special a mărcilor și indicațiilor geografice în procesul formării, dezvoltării și fortificării pozițiilor brandului de țară" [153], sunt citate rezultatele obținute în cadrul unor cercetări de către Universitatea Saint-Galen potrivit cărora produsele elvețiene sunt vândute cu un surplus de 20% față de alte produse din aceeași categorie, iar în categoria produselor de lux acest surplus poate ajunge chiar la 50% [153]. Acest lucru se datorează imaginii pozitive pe care o au produsele elvețiene pe plan național și internațional. Potrivit aceleiași surse, în scopul fortificării poziției sale Guvernul elvețian în cooperare cu sectorul privat și-au unit eforturile și duc la moment tratative pentru a elabora prevederi legale speciale care ar determina cu exactitate în ce condiții poate fi utilizată sintagma "fabricat în

Elveția". Amintim că în domeniul producerii ceasurilor asemenea acte normative există deja. Astfel, Ordonanța din 23 decembrie 1971 care reglementează folosirea denumirii "Suisse/Swiss/Shweiss etc» pentru ceasuri definește ceasul elvețian ca fiind ceasul care [94, 114]:

- Este constituit din mecanisme elvețiene
- Mecanismele căruia au fost asamblate în Elveția
- Controlul final al căruia a avut loc în Elveția

Strategia promovării brandului de țară este pe larg utilizată și de către țările cu economii în dezvoltare, spre exemplu în așa țări ca Costa Rica, Africa de Sud sau India [153]. Doar că aici participarea sectorului privat este practic nulă, rolul principal revenind statului. Acest lucru se întâmplă din cauza dezvoltării slabe a sectorului privat și respectiv a resurselor limitate de care dispune acesta. Totuși, rolul sectorului privat în dezvoltarea brandului țării este crucial deoarece numai în condițiile unui parteneriat public-privat scopul campaniilor de promovare a imaginii țării poate fi atins. Statul poate investi milioane în publicitate și promovare, însă dacă producătorii nu vor întreprinde măsurile necesare pentru asigurarea calității produselor întreaga campanie de promovare va eșua. Concomitent producătorii fără susținerea statului nu vor reuși să creeze o campanie de amploare internațională.

Din practica altor țări știm că promovarea imaginii țării poate fi una universală cum ar fi campaniile lansate de Dubai, Georgia, Macedonia, Polonia și Turcia la posturile de televiziune internațională în cadrul cărora au fost subliniate climatul investițional favorabil și specificul național al acestor țări în scopul promovării exporturilor și a atragerii investițiilor străine directe, sau poate fi și una ramurală, de exemplu campaniile "Incredibila Indie", "Malaesia - adevărata Asie" și "Africa de Sud este posibil" sau a logoului Espana însoțit de imaginea soarelui folosite pentru promovarea turismului [153].

Republica Moldova a elaborat și ea încă în anul 2005 logoul național care constă dintr-un cub pe care sunt plasate frunza de vie de culoare roșie-cafenie, diferite forme intersectate (cerc, triunghi, pătrat) de diferite culori: galben, cafeniu, verde de nuanțe deschis-închis. Cubul este însoțit de sloganul Moldova – discover us. Până acum promovarea acestui logo rămâne a fi destul de pasivă. În iarna anului 2014 a fost lansat un spot publicitar despre țara noastră și deși spotul a fost criticat că nu conține un mesaj clar, că nu conține target grupul, că nu a scos în evidență ceea ce este autentic moldovenesc [13] , în opinia autorului acesta este un început. Este bine că Guvernul a găsit de cuviință să lanseze și să promoveze acest spot, totuși, în opinia autorului nu ar trebui să ne limităm la promovarea unui spot publicitar despre Republica Moldova ca destinație turistică și ar fi bine să creăm o imagine pozitivă a țării noastre și pentru a promova exporturile și pentru a atrage investițiile și pentru a stimula consumul produselor autohtone.

De ce atingem tema brandingului de țară în prezenta lucrare, pentru că, în opinia autorului promovarea brandului de țară ar putea servi drept "umbrelă" pentru implementarea sistemului indicațiilor geografice, iar sistemul indicațiilor geografice ar putea la rândul său crea bazele necesare fundamentării brandului țării noastre. Din această simbioză ar putea câștiga atât statul cât și producătorii.

Toate acțiunile de promovare trebuie să fie gândite, mesajele transmise trebuie să fie clare și corecte pentru ca consumatorul să găsească în produsele promovate acele calități promise în spoturile publicitare, pentru că după cum spunea David Ogilvy, unul dintre titanii publicității *“Publicitatea poate determina consumatorul să cumpere orice produs de orice calitate, dar numai o singură dată. Dacă însă consumatorul sesizează că produsul este de o calitate inferioară celei promise acesta nu-l mai cumpără niciodată”*

Așa stau lucrurile și cu promovarea imaginii țării sau cu promovarea indicațiilor geografice, oricât de corect făcută și de intensă ar fi aceasta ea poate influența decizia de a cumpăra prima dată, după aceasta cuvântul îl are de spus calitatea. Anume din această cauză afirmam anterior că este foarte important ca sectorul privat să fie implicat activ în promovarea imaginii țării dar și în promovarea sistemului indicațiilor geografice. Tot din acest considerent afirmam anterior că lansarea unor produse cu indicație geografică și protecția indicației geografice trebuie lăsate la inițiativa sectorului privat pentru că doar în acest caz putem avea o oarecare garanție că pilonii sistemului (garanția originii și a calității) vor rămîne neclintiți.

Promovarea este un factor cheie pentru asigurarea succesului funcționării sistemului indicațiilor geografice, aceasta ar trebui să fie făcută atât prin spoturi publicitare cât și prin organizarea diferitor târguri și expoziții. În cadrul acțiunilor de promovare este foarte important de folosit mesaje corecte pentru că spre deosebire de marcă, care poate fi ușor schimbată, indicația geografică nu o schimbi, iar plata pentru neadevăr este prea scumpă.

După cum spuneam anterior în Republica Moldova la moment nu există un sistem funcțional al indicațiilor geografice:

- Denumirile de origine Ciumai și Românești nu se utilizează ca atare
- Indicațiile geografice Codru, Valul lui Traian și Ștefan Vodă au fost create artificial fără a avea la bază un produs
- Indicațiile geografice Cricova și Mileștii Mici nu sunt de fapt niște indicații geografice în plinul sens al cuvântului iar
- Indicația geografică Divin trebuie promovată pentru a fi percepută ca atare, iar în sistemul legislativ urmează a fi introduse modificările de rigoare.

Totuși, în opinia autorului, sistemul indicațiilor geografice poate contribui la soluționarea mai multor probleme cu care se confruntă la moment produsele autohtone. Sistemul indicațiilor geografice constituie în primul rând un instrument eficient de diferențiere a

produselor, de atragere a consumatorilor, iar prin faptul garantării calității și de fidelizare ulterioară a acestora. Există un singur DAR - bazele sistemului trebuie puse corect, altfel acesta va fi unul nereușit de la bun început.

Acțiunile statului nu trebuie să se rezume la promovarea sistemului indicațiilor geografice prin acțiuni de sensibilizare a societății, ci ar trebui să meargă mai departe și să instituie un program de 5 ani în care statul va cofinanța promovarea a 3-5 produse cu indicație geografică protejată. Acest lucru va avea efect pozitiv imediat asupra interesului producătorilor față de sistemul indicațiilor geografice dar și efect pozitiv pe termen lung, deoarece după înregistrarea anumitor succese alți producători vor dori să se alinieze sistemului chiar și fără cofinanțare din partea statului.

Aceste 3-5 produse trebuie să fie alese pornind de la anumite premize, astfel urmează a fi alese produse care posedă calități specifice datorate originii, care au o anumită reputație, care pot fi ambalate (pentru a avea posibilitatea etichetării produsului), care pot fi ulterior exportate. În plus pentru facilitarea procesului o condiție pentru alegerea produsului ar putea fi existența unei asociații pentru produsul respectiv.

În plus, statul ar putea acorda consultanță gratuită producătorilor în vederea delimitării ariei geografice și întocmirii caietului de sarcini, ar putea scuti producătorii de taxele pentru înregistrarea unor indicații geografice, ar putea facilita accesul la control prin crearea unor mecanisme clare de acces dar și prin stimularea creării organelor de control private acreditate de stat pentru anumite domenii. În viziunea autorului pentru ca sistemul indicațiilor geografice să devină atractiv producătorilor, pe lângă acțiunile de promovare a conceptelor, statul ar putea lansa programe speciale de susținere a producătorilor care doresc să utilizeze sistemul indicațiilor geografice. Aici ne referim atât la programe de susținere a producerii propriu zise ci la programe menite să susțină și să încurajeze inițiativa de a valorifica o indicație geografică acces facilitat la surse de finanțare, acces facilitat la piețe terțe, etc.

Important în constituirea sistemului IG este ca toți actorii economici să fie conștienți că indicația geografică nu este un succes garantat apriori, nu este soluția automată pentru toate problemele cu care se confruntă economia țării noastre (alături de succese impresionante înregistrate de produsele cu indicații geografice există și situații în care indicația geografică nu a sporit practic deloc prețul produsului iar recunoașterea acesteia se rezumă la un nivel local destul de restrâns). O indicație geografică protejată de succes reprezintă rezultatul eforturilor conjugate a tuturor actorilor economici:

- membrii grupului trebuie să stabilească și să mențină standarde de calitate atractive pentru consumatori și să promoveze indicația propriu-zisă
- statul trebuie să promoveze sistemul și să creeze cadrul legal și instituțional necesare

- consumatorul trebuie să fie vigilent și să semnaleze orice abatere în privința calității unui produs cu IG.

Doar în acest caz sistemul indicațiilor geografice în Republica Moldova va "porni cu dreptul".

3.4. Concluzii la capitolul 3

Analizând posibilitățile de perfecționare a procesului de valorificare a indicațiilor geografice concluzionăm următoarele:

- 1) Dezvoltarea armonioasă a sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova este în interesul tuturor actorilor economici:
 - Producătorii obțin un mecanism eficient de diferențiere a produselor și concomitent de fidelizare a clientelei;
 - Consumatorii obțin accesul la un sistem de calitate credibil garantat de către producător și de către stat;
 - Statul obține beneficii de pe urma creșterii cantitative și valorice a consumului de produse autohtone.
- 2) Deși este benefic dezvoltării țării noastre, sistemul indicațiilor geografice încă nu aprins rădăcini în Republica Moldova. Acest fapt se datorează atât lipsei de interes din partea producătorilor, cât și insuficienței măsurilor întreprinse de autoritățile publice ale țării noastre în vederea promovării sistemului indicațiilor geografice.
- 3) Consumatorii autohtoni sunt fideli produselor moldovenești (88% dintre respondenți preferă produsele moldovenești celor de import în condițiile în care prețul nu diferă. Ținând cont de datele furnizate de Biroul Național de Statistică [20] în Republica Moldova numărul populației cu vârsta de peste 15 ani atinge cifra de 2,97 mln. persoane. În acest fel cele 88% procente de respondenți reprezintă echivalentul a 2,6 mln consumatori care preferă produsele autohtone celor de import).
- 4) Cu toate că acordă o mare importanță originii geografice a produselor agricole/alimentare consumatorii din Republica Moldova nu cunosc ce înseamnă o indicație geografică, mai puțin de 1% dintre consumatorii autohtoni cunosc semnificația acestei noțiuni. După ce le-a fost explicată noțiunea de produs cu indicație geografică 77% dintre respondenți au răspuns că ar fi gata să plătească mai scump pentru un produs cu IG [41]. Astfel, în opinia autorului, promovarea sistemului IG și sensibilizarea societății cu privire la avantajele oferite de produsele cu IG ar putea influența pozitiv calitatea și cantitatea produselor autohtone consumate.
- 5) Cadrul legal, deși aparent armonizat cu legislația europeană în domeniu, ar putea fi îmbunătățit, în special ne referim la:

- Perfecționarea legii 66/2008
 - Eliminarea totală sau minimizarea semnificativă a taxelor de înregistrare a IG
 - Excluderea în legislația națională a utilizării termenului de indicație geografică în alt sens decât cel prevăzut de legea 66/2008
 - Excluderea ambiguității utilizării unor indicații geografice protejate (Divin, Cognac, Cahors, etc.)
 - Îmbunătățirea mecanismelor de asigurare a respectării drepturilor
- 6) Cadrul instituțional ar trebui actualizat, iar persoanele din cadrul autorităților publice responsabile de anumite aspecte ce țin de indicațiile geografice ar trebui școlarizate, deoarece nivelul de pregătire a acestora este redus
 - 7) Republica Moldova este o țară mică și puțin cunoscută la nivel internațional, din această cauză este importantă implementarea unei politici de promovare paralelă a indicațiilor geografice protejate și a brandului de țară pentru că, în opinia autorului promovarea brandului de țară ar putea servi drept "umbrelă" pentru implementarea sistemului indicațiilor geografice, iar sistemul indicațiilor geografice ar putea la rândul său crea bazele necesare fundamentării brandului țării noastre.
 - 8) Autoritățile competente desemnate conform HG 644/2010, Ministerul Economiei, Agenția Turismului precum și alte autorități publice nu se implică suficient în constituirea sistemului indicațiilor geografice în țara noastră, în special în promovarea conceptului de produs cu indicație geografică în rândul consumatorilor
 - 9) Implicația statului ar trebui să se rezume la crearea mediului favorabil pentru constituirea sistemului indicațiilor geografice și nu la acțiuni de înregistrare în nume propriu a unor indicații geografice, deoarece doar în cazul în care inițiativa de a înregistra o indicație geografică va porni de la producători indicația geografică va fi viabilă, altfel aceasta va fi doar o ficțiune.

III. CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Problema științifică importantă soluționată constă în argumentarea încadrării indicațiilor geografice în categoria obiectelor de proprietate intelectuală, definirea noțiunii de sistem al indicațiilor geografice din punct de vedere economic, sistematizarea funcțiilor socio-economice ale indicațiilor geografice, identificarea punctelor vulnerabile ale sistemului național de indicații geografice și elaborarea unui set de instrumente pentru depășirea acestora, ceea ce a determinat identificarea unei soluții pentru valorificarea potențialului produselor autohtone pe piața internă și pe piețele externe, obiectiv stabilit în Strategia națională în domeniul proprietății intelectuale până în anul 2020 și Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural din Moldova 2014 – 2020.

Generalizarea rezultatelor cercetării impune următoarele **concluzii**:

1) Indicațiile geografice constituie un obiect de proprietate intelectuală unic în felul său, deoarece, spre deosebire de alte obiecte de proprietate intelectuală, abordarea economică a cărora se bazează pe activitatea de creație în cadrul căreia se elaborează noi idei/produse/procedee, iar drepturile sunt fundamentate prin prisma conceptului de proprietate privată, în cazul IG este imposibilă aplicarea acestor abordări. Cu toate acestea, în opinia autorului, încadrarea indicațiilor geografice în categoria obiectelor de proprietate intelectuală este fundamentată, acestea înglobându-se în mod integru în conceptul multidimensional al proprietății intelectuale.

2) În sens economic, indicațiile geografice prezintă un instrument complex de valorificare a produselor cu origine garantată care implică antrenarea mai multor factori economici. IG nu pot fi privite decât într-un sistem complex, care poate fi redat printr-un ciclu închis, în care rolul principal le revine producătorilor cointeresați de valorificarea produsului cu origine determinată și calități deosebite, iar rolul de suport pentru întregul sistem, inclusiv pentru fiecare etapă, îi revine statului.

3) Analizând mai multe studii privind rolul economic al indicațiilor geografice realizate de specialiști din diferite țări, precum și unele experiențe naționale și regionale, putem conchide că indicațiile geografice constituie instrumente economice eficiente cu implicații complexe în dezvoltarea economică a regiunilor.

4) Dezvoltarea armonioasă a sistemului indicațiilor geografice din Republica Moldova este în interesul tuturor actorilor economici ce participă în elaborarea și înregistrarea lor, dar și a celor ce beneficiază de produsele respective.

5) Sistemul indicațiilor geografice, fiind unul nou pentru Republica Moldova, nu este încă valorificat și apreciat la justa valoare. Rezultatele obținute de țara noastră la capitolul protecției indicațiilor geografice până la moment sunt modeste și nu corespund potențialului real al țării noastre în acest domeniu.

6) Ca rezultat al cercetării am constatat un grad redus de cunoaștere a sistemului indicațiilor geografice atât de mediul privat, cât și de cel public.

7) Cadrul legal sofisticat și pregătirea instituțională neadecvată descurajează producătorii care doresc să acceseze sistemul indicațiilor geografice, iar lipsa unor instrucțiuni clare privind procedura, ce trebuie urmată de producătorii care își propun inițierea recunoașterii și protecției unei indicații geografice, îngreunează și mai mult procesul.

8) Autoritățile competente desemnate prin HG 644/2010, precum Ministerul Economiei, Agenția Turismului, dar și alte autorități publice nu se implică suficient în constituirea sistemului indicațiilor geografice în țara noastră, în special în promovarea conceptului de produs cu IG în rândul consumatorilor, prin crearea mediului favorabil pentru constituirea sistemului indicațiilor geografice.

În scopul valorificării sistemului indicațiilor geografice și explorării depline a beneficiilor oferite de acest sistem propunem următoarele **recomandări**:

La nivelul factorilor de decizie:

1) Autoritățile responsabile de gestionarea sistemului indicațiilor geografice în baza HG 644/2010 urmează să asigure instruirea continuă a cadrelor implicate în procesul de omologare a caietelor de sarcini, în procesul de înregistrare, dar și în procesul de control al corespunderii produsului cu cerințele caietului de sarcini (ne referim, în special, la posibilitățile de instruire ce nu implică cheltuieli pentru beneficiari, și anume: cursuri pentru reprezentanții autorităților publice organizate de AGEPI, cursuri la distanță organizate de OMPI, traininguri specializate oferite în cadrul programelor finanțate de Uniunea Europeană).

2) Autoritățile responsabile de gestionarea sistemului indicațiilor geografice în baza HG 644/2010 – AGEPI, Ministerul Economiei, Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova (MIEPO) în comun cu alte instituții publice urmează să-și consolideze eforturile în vederea promovării intense a conceptului de indicație geografică, inclusiv a simbolurilor naționale asociate acestora, astfel încât consumatorul din Republica Moldova să înțeleagă prioritățile unui produs cu origine determinată și calitate garantată.

3) AGEPI, MAIA, dar și alte autorități responsabile de gestionarea sistemului indicațiilor geografice în baza HG 644/2010 urmează să asigure informarea continuă a producătorilor despre beneficiile obținute în urma utilizării sistemului indicațiilor geografice, în special urmând a fi contactați acei producători care utilizează denumiri geografice în cadrul mărcilor sale comerciale.

4) MAIA, dar și alte autorități responsabile de gestionarea sistemului indicațiilor geografice în baza HG 644/2010 urmează să contribuie la stimularea creării organismelor private

de control al corespunderii produsului cu indicație geografică cerințelor caietului de sarcini, deoarece instituțiile de stat existente nu dispun de echipamentele necesare.

5) Ministerul Economiei în colaborare cu alte instituții implicate în promovarea imaginii produselor moldovenești peste hotare urmează să implementeze o politică de promovare complexă a indicațiilor geografice protejate alături de brandul de țară, deoarece, în opinia autorului, promovarea acestuia ar putea servi drept "umbrelă" pentru implementarea sistemului indicațiilor geografice, iar acesta din urmă ar putea servi, la rândul său, în calitate de piloni ai promovării brandului Republicii Moldova.

6) Comisia Națională pentru Proprietatea Intelectuală urmează să examineze subiectul instituirii unui program de asistență de 4-5 ani, în cadrul căruia statul va cofinanța promovarea a 3-5 produse cu indicație geografică protejată. Acest lucru va avea efect pozitiv imediat asupra interesului producătorilor față de sistemul indicațiilor geografice, dar și efect pozitiv pe termen lung, deoarece după înregistrarea anumitor succese alți producători vor tinde să se alinieze sistemului chiar și fără cofinanțare din partea statului.

7) AGEPI urmează să asigure simplificarea procedurilor de înregistrare prin optimizarea formularelor necesare, precum și prin fortificarea relațiilor de colaborare cu autoritățile responsabile de omologarea caietelor de sarcini desemnate prin HG 644/2010.

8) Autoritățile responsabile de omologarea caietelor de sarcini desemnate în baza HG 644/2010 urmează să elaboreze ghiduri sau instrucțiuni practice pe fiecare domeniu în parte, menite să familiarizeze, într-o formă cât mai accesibilă, producătorii cu procedurile pe care trebuie să le îndeplinească în vederea recunoașterii și protecției indicațiilor geografice.

9) Modificarea art. 9 (2) din Legea 66/2008 conform prevederilor comunitare, și anume reformularea obligației grupului în obligația membrilor grupului de a fabrica produsul pentru care se revendică protecția, deoarece această prevedere implică niște restricții în privința formei organizatorico-juridice a asociației/grupului, limitând dreptul producătorilor de a se asocia în organizații non-profit.

10) Excluderea prevederilor art. 10 (2) din Legea 66/2008 privind acordarea dreptului de utilizare, condiționându-l doar de existența și menținerea factorilor naturali și umani, care au determinat apariția calităților/caracteristicilor specifice ale produsului, conform reglementărilor comunitare.

11) Scutirea integrală (conform modelului comunitar) sau cel puțin parțială (conform unor experiențe naționale) de plata taxelor pentru înregistrarea unei indicații geografice.

12) Excluderea termenului *indicație geografică* și înlocuirea acestuia cu termenul *denumire geografică* în următoarele acte normative:

- Legea nr. 322-XV din 18.07.2003 cu privire la declararea complexului „Combinatul de vinuri "Cricova" S.A.” drept obiect al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova;

- Legea nr. 199-XVI din 28.07.2005 cu privire la acordarea statutului de obiectiv al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova bunurilor Întreprinderii de Stat Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici";

- Legea nr. 251-XVI din 04.12.2008 privind constituirea Rezervației cultural-naturale "Orheiul Vechi";

- Hotărârea Guvernului nr. 228 din 23.03.2009 cu privire la constituirea Rezervației cultural-naturale "Orheiul Vechi".

13) Eliminarea ambiguității în ceea ce privește utilizarea termenului Divin, prin introducerea modificărilor de rigoare în cel puțin 3 acte normative naționale, și anume:

- Legea viei și vinului nr. 57 din 10.03.2006, în care noțiunea "divin" se utilizează pentru a defini o anumită categorie de produse, dar și pentru a defini Asociația producătoare a produsului cu indicație geografică protejată Divin;

- Legea nr.1100-XIV din 30.06.2000 cu privire la fabricarea și circulația alcoolului etilic și a producției alcoolice, în care noțiunea "divin" se utilizează pentru a defini o anumită categorie de produse;

- Hotărârea nr. 1080 din 08.10.2001 cu privire la aprobarea Listei mărcilor - proprietate a statului, în care noțiunea "divin" este concomitent utilizată pentru a defini o anumită categorie de produse, dar este recunoscută și în calitate de marcă de stat.

14) Operarea unor modificări în Codul contravențional pentru a delega unele responsabilități ce țin de asigurarea respectării drepturilor asupra indicațiilor geografice pe piața internă a Republicii Moldova organului afacerilor interne, care este mai calificat din punctul de vedere al personalului comparativ cu Agenția pentru Protecția Consumatorilor, dar și exercită atribuțiile privind respectarea celorlalte drepturi de proprietate intelectuală.

La nivelul întreprinderilor:

15) Utilizarea sistemului indicațiilor geografice cel puțin pentru produsele destinate comercializării pe piața comunitară, a cărui consumator apreciază mult produsele cu indicație geografică protejată.

16) Exploatarea calitativă în defavoarea celei cantitative a resurselor disponibile prin crearea și promovarea unor produse cu caracteristici deosebite, care vor fi cert diferențiate de alte produse cu aceleași utilități.

17) Diversificarea piețelor de desfacere în vederea consolidării securității economice a țării cu apelarea la consultanța profesională pentru accesarea unor piețe mai avantajoase.

18) Conjugarea eforturilor prin constituirea asociațiilor de producători, deoarece rezultatele obținute de cei ce și-au unit eforturile sunt, de regulă, net superioare celor obținute de fiecare individual.

Bibliografie

1. Acordul privind măsurile de prevenire și combatere a utilizării mărcilor și indicațiilor geografice false, semnat la Minsk (în vigoare pentru RM din 04.06.1999), 1999. 6p.
2. Acordul între Republica Moldova și Uniunea Europeană cu privire la protecția indicațiilor geografice ale produselor agricole și alimentare, în vigoare de la 01.04.2013, 241 p.
3. Anexa X la REGULAMENTUL DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) NR. 668/2014 AL COMISIEI din 13 iunie 2014 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare
4. Badâr Iu. Dimensiunea economică a proprietății intelectuale, Chișinău, AGEPI 2014, 319 p.
5. Baze de date AGEPI <http://www.db.agepi.md/> (vizitat la 08.01.2015)
6. Baza de date mărci a SUA
<http://tmsearch.uspto.gov/bin/gate.exe?f=searchss&state=4807:xon7ia.1.1> (vizitat la 30.07.2014)
7. Buletinul Oficial de Proprietate Industrială Nr. 4/2014,
<http://agepi.gov.md/pdf/publishing/bopi/bopi-04-2014/BOPI-DO-04-2014.pdf>
8. Buletin denumiri de origine, anul 2013, WIPO
http://www.wipo.int/export/sites/www/lisbon/en/docs/bulletin_2014_42.pdf (vizitat la 27.07.2014)
9. Codul contravențional al Republicii Moldova nr. 218 din 24.10.2008 - Art.97¹, 283, 408, 440
10. Codul penal al Republicii Moldova nr. 985 din 18.04.2002 - Articolul 185²
11. Codul de procedură penală al Republicii Moldova nr. 122 din 14.03.2003 (partea specială) – Art. 276
12. Codul Vamal al Republicii Moldova nr. 1149 din 20.07.2000 - Capitolul XII “Aplicarea măsurilor la frontieră în vederea protecției proprietății intelectuale”, în special art. 301-305
13. Comentarii privind spotul video publicitar privind promovarea imaginii țării
<http://travelblog.md/2014/02/10/despre-spotul-video-publicitar-si-promovarea-imaginii-turistice-a-republicii-moldova/> (vizitat 25.07.2014)
14. Comunicat de presă privind programele de susținere a promovării produselor agricole de calitate și a produselor agricole cu indicație geografică protejată http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1039_ro.htm (vizitat 25.07.2014)
15. Cum se înregistrează indicațiile geografice, denumirile de origine și specialitățile tradiționale garantate în Republica Moldova, Sv. Munteanu, S. Levițchi, N. Mogol, A. Lupan, AGEPI, 2013, 24 p.

16. Date privind protecția indicațiilor geografice în SUA
<http://www.uspto.gov/ip/global/geographical/faq/index.jsp#heading-4> (vizitat 22.07.2014)
17. Date privind protecția indicațiilor geografice în India <http://ipindia.nic.in/girindia/> (vizitat 23.07.2014)
18. Date statistice privind dezvoltarea sistemului denumirilor de origine în Franța
<http://www.inao.gouv.fr/> (vizitat 19.07.2014)
19. Date statistice privind protecția indicațiilor geografice în Georgia
<http://www.sakpatenti.org.ge/> (vizitat 25.07.2014)
20. Datele Biroului Național de Statistică a Moldovei www.statistica.md (vizitat 08.01.2015)
21. Directiva (CE) nr. 48/2004 a Parlamentului European și a Consiliului din 29 aprilie 2004 privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală.
22. Ghid introductiv pentru producători privind înregistrarea indicațiilor geografice și denumirilor de origine, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a RM, AGEPI 2012, 34 p.
23. Hotărîrea Guvernului nr. 644 din 19.07.2010 cu privire la desemnarea autorităților competente abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu denumiri de origine și indicații geografice și la specialitățile tradiționale garantate și a autorităților competente responsabile de controalele oficiale privind conformitatea acestor produse
24. Hotărîrea Guvernului nr. 551 din 07.06.2005 cu privire la unele măsuri pentru producerea vinurilor cu denumiri de origine;
25. Hotărîrea Guvernului nr. 228 din 23.03.2009 cu privire la constituirea Rezervației cultural-naturale “Orheiul Vechi”.
26. Hotărîrea nr. 1080 din 08.10.2001 cu privire la aprobarea Listei mărcilor - proprietate a statului
27. Hotărîrea Guvernului Republicii Moldova nr. 774 din 13.08.97 cu privire la taxele pentru servicii cu semnificație juridică în domeniul protecției obiectelor proprietății intelectuale
28. Informații privind procedura de depunere și înregistrare a indicațiilor geografice în Uniunea Europeană http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm, (vizitat 21.05.2014)
29. Istoria sistemului național de proprietate intelectuală în date și imagini 1992 – 2007, AGEPI, Chișinău 2007, http://agepi.gov.md/pdf/about/istoria_agepi.pdf, (vizitat 14.05.2014)
30. Jalbă V. Sistemul național de protecție a indicațiilor geografice: trecut, prezent și viitor, Simpozion științifico-practic anual, ediția IX, Lecturi AGEPI 2006, p. 105-117
31. Legea privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate nr.66-XVI (adoptată la 27.03.2008, în vigoare din 25.10.2008)
32. Legea SUA privind protecția mărcilor <http://www.uspto.gov> (vizitat 14.05.2014)

33. Legea nr. 101 din 12.06.2014 pentru aprobarea simbolurilor naționale asociate IG protejate, DO protejate și STG.
34. Legea viei și vinului nr. 57-XVI din 10.03.2006;
35. Legea nr. 322-XV din 18.07.2003 cu privire la declararea complexului „Combinatul de vinuri "Cricova" S.A." ” drept obiect al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova;
36. Legea nr. 199-XVI din 28.07.2005 cu privire la acordarea statutului de obiectiv al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova bunurilor Întreprinderii de Stat Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici" ”.
37. Legea nr. 251-XVI din 04.12.2008 privind constituirea Rezervației cultural-naturale “Orheiul Vechi”;
38. Legea privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206-XVI din 07.07.2006, art.2.
39. Moisei A., Hmeli D., Probleme actuale privind sistemul de protecție a denumirilor de origine și indicațiilor geografice, Simpozion științifico-practic anual, ediția IX, Lecturi AGEPI 2006, p. 117-121
40. Mogol N. "Examinarea mărcilor ce conțin semne false sau înșelătoare", Intellectus 2014/1, p. 29-35.
41. Mogol N. "Evaluarea perspectivelor sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova", Intellectus 2014/3, p. 38-48.
42. Mogol N. "Indicațiile geografice – o oportunitate pentru promovarea produselor autohtone tradiționale" , Intellectus 2013/4, p. 38-43
43. Mogol N. Unele aspecte privind asigurarea drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova, Simpozion științifico-practic anual Lecturi AGEPI 2013, p. 234-239
44. Munteanu S. Protecția indicațiilor geografice – subiect de actualitate politică și economică, Intellectus 2007/1, p. 26-33
45. Ordinul MAIA nr. 105 din 10 iunie 2011 privind aprobarea delimitării ariilor geografice vitivinicole pentru producerea vinurilor cu indicație geografică protejată
46. Ordinul MAIA nr. 50 din 04.04.2012 privind aprobarea delimitării ariilor geografice vitivinicole pentru producerea vinurilor cu denumire de origine protejată
47. Programul de Vecinătate al Uniunii Europene. Evaluarea situației privind agricultura și dezvoltarea rurală în țările parteneriatului estic. Republica Moldova. Publicație produsă cu suportul Uniunii Europene. Biroul Regional al FAO pentru Europa și Asia Centrală (REU), 2012, 81 p.
48. Raport anual 2013, AGEPI, http://agepi.gov.md/pdf/raport/ra_2013/ipo_patenting.pdf (vizitat 30.07.2014)

49. Raport de monitorizare consolidat referitor la realizarea Planului de acțiuni pentru anii 2012-2014 privind implementarea Strategiei naționale în domeniul proprietății intelectuale până în anul 2020, http://agepi.gov.md/pdf/sedinte_cnpi/04-03-2014/Anexa_1_p1.pdf (vizitat 30.07.2014)
50. Raport anual privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova pentru anul 2012, alc. dr. Ion Țăganaș, N. Mogol, AGEPI, 67 p.
51. Raport anual privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală în Republica Moldova pentru anul 2013, alc. dr. Ion Țăganaș, N. Mogol, AGEPI, 66 p.
52. Reglementarea tehnică Organizarea pieței vitivinicole, Capitolul IV: Norme specifice în domeniul viticol privind obținerea produselor vitivinicole cu denumire de origine protejată și cu indicație geografică protejată,
<http://www.justice.gov.md/file/Centrul%20de%20armonizare%20a%20legislatiei/Baza%20de%20date/Materiale%202013/Acte/NPNAL/PHG%20organizarea%20pietei%20vitivinivole/PHG%20organizarea%20pietei%20vitivinivole.pdf> (vizitat 30.07.2014)
53. Regulamentul Comisiei naționale pentru proprietatea intelectuală, http://agepi.gov.md/pdf/law/r_national_committee_.pdf (vizitat 30.07.2014)
54. Regulamentul nr. 110/2008 din 15 ianuarie 2008 privind definirea desemnarea prezentarea etichetarea si protectia indicatiilor geografice ale bauturilor spirtoase, <http://eur-lex.europa.eu/> (vizitat 30.07.2014)
55. Regulamentul 479/2008 al Consiliului din 29 aprilie 2008 privind organizarea comună a pieței vitivinicole <http://eur-lex.europa.eu/> (vizitat 30.07.2014)
56. Regulamentul nr. 1151/2012 privind schemele de calitate pentru produse agricole și alimentare, <http://eur-lex.europa.eu/> (vizitat 30.07.2014)
57. Regulamentul (CE) nr. 510/2006 al Consiliului din 20 martie 2006 privind protecția indicațiilor geografice și a denumirilor de origine ale produselor agricole și alimentare, <http://eur-lex.europa.eu/> (vizitat 30.07.2014)
58. Regulamentul (CE) nr. 509/2006 al Consiliului din 20 martie 2006 privind specialitățile tradiționale garantate din produse agricole și alimentare, <http://eur-lex.europa.eu/> (vizitat 30.07.2014)
59. Regulamentul privind procedura de depunere, examinare si înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate, aprobat prin Hotărîrea Guvernului nr. 610 din 05.07.2010; <http://agepi.gov.md/md/legislation/national.phpb> (vizitat 30.07.2014)
60. Strategia Națională în domeniul proprietății intelectuale pînă în anul 2020, Introducere, http://agepi.gov.md/pdf/law/h_880_2012.pdf, (vizitat 31.08.2014)

61. Strategia de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural din Moldova 2012-2020. În Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 10.06.2014, Nr. 152
62. Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă a Complexului Agroindustrial (2008-2015). În Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 21.03.2008, Nr. 57-60, art Nr: 362,
63. Strategia pentru Siguranța Alimentară (2011-2015). În Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 14.10.2011, Nr. 170-175, art Nr : 828
64. Strategia de dezvoltare a serviciilor de extensiune rurală pentru 2012-2022
65. Strategia Națională de dezvoltare regională 2013-2015 aprobată prin HG nr. 685 din 04.09.2013,
<http://www.maia.gov.md/public/files/Proiecte/ProiectStrategiaAgriculturaDezvRur.pdf>, (vizitat 24.08.2014)
66. Strategia Națională de Mediu 2013- 2023,
<http://particip.gov.md/proiectview.php?l=ro&idd=1109>, (vizitat 24.08.2014)
67. Strategia de dezvoltare a culturii „Cultura 2020”, aprobată prin HG nr. 271 din 09.04.2014. În Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 18.04.2014, Nr. 92-98, art Nr : 298
68. Studiu privind căile de îmbunătățire a protecției indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate în Republica Moldova, Chișinău 2013,
http://agepi.gov.md/pdf/sedinte_cnpi/04-03-2014/Anexa-4-pt-4.pdf, (vizitat 24.08.2014)
69. Adding Value to Traditional Products of Regional Origin: A Guide to Creating a Quality Consortium, United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Vienna, 2010, 79p.
70. Addor F., Thumm N., Grazioli A. "Geographical Indications: Important Issues for Industrialized and Developing Countries", the Institute for Prospective Technological Studies (IPTS) Report, May 2003, p. 26-32.
71. Addor F., Grazioli A., "Geographical Indications beyond Wines and Spirits - A Roadmap for a better protection for Geographical Indications in the WTO TRIPS Agreement", the Journal of World Intellectual Property, Vol.5 November 2002, p. 865-897
72. Agence Française de Développement (AFD), "Indications géographiques: qualité des produits, environnement et cultures", Fonds Français pour l'Environnement Mondial (FFEM), 2010, 104 p.
73. Baeumer L., "Protection of Geographical Indications under WIPO Treaties and Questions Concerning the Relationship Between Those Treaties and the TRIPS Agreement", in Symposium on the Protection of Geographical Indications in the Worldwide Context (held in Eger, Hungary, 24/25, 1997), WIPO (publication No.760(E)), Geneva, 1999, p 9-39.
74. Barham Elizabeth "Translating terroir: the Global Challenge of French AOC Labeling", Journal of Rural Studies, Volume 19, Issue 1, January 2003, p. 127-138

75. Belletti G., Marescotti A., Evaluation of Geographical Indications: Methodology, Publication / Publikation No 7 (07.11); second, revised edition, [132](#) p.
76. Bérard L. et Marchenay P. «La notoriété à l'épreuve du terrain : relation à la zone de protection, aux pratiques techniques, à la dénomination du produit », in Innovative marketing strategies for cheeses with protected designation of origin. 3rd plenary meeting, FAIR programme CT 96-1562, Annecy, CEE et Syndicat interprofessionnel du reblochon, p. 26-27
77. Bérard L., Cegarra M., Djama M., Louafi S., Marchenay P., Roussel B., Verdeaux F. (2005), "Local ecological knowledge and practice : an original approach in France", Les Notes de l'Iddri, N°8, Paris, 44 p.
78. Bérard, L., Marchenay, P. (2006), "Productions localisées et indications géographiques : prendre en compte les savoirs locaux et la biodiversité", Revue internationale des sciences sociales, 2006/1, N° 187, pp.115-122
79. Bérard, L., Marchenay, P., "IG et marques, Des outils en devenir ?", Courrier de la Planète, n°83, CNRS, France, pp.36-39
80. Bramley, Cerkia, Estelle Biénabe, and Johann Kirsten, "The Economics of Geographical Indications: Towards a Conceptual Framework for Geographical Indication Research in Developing Countries", in The Economics of Intellectual Property, WIPO, 2009, p. 109-149.
81. Callois, J.M., 'Can Quality Labels Trigger Rural Development? A Micro-economic Model with Co-operation for the Production of a Differentiated Agricultural Good', Working Paper 2004/6 CESAER, 2004, 22 p.
82. Cartier St., « Terroirs en nuances », Strates [En ligne], 11 | 2004, mis en ligne le 13 janvier 2005, <http://strates.revues.org/396> (vizitat 14.12.2013)
83. Charrouf Z. "L'arganier, levier du développement humain du milieu rural marocain, synthèse, colloque international", Faculté des Sciences, Université Mohammed V-Agdal, Maroc, 27-28 avril 2007, 23 p.
84. Code rural et de la pêche maritime, Version consolidée au 6 novembre 2014, <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029730657> (vizitat 03.11.2014)
85. Correa, Carlos M. Protection of Geographical Indications in CARICOM Countries, September 2002, 45 p.
86. Council Regulation 817/70 of 28 April 1970 laying down special provisions relating to quality wines produced in specified regions, OJ L 99, 5/05/1970
87. Council Regulation (EEC) No 1576/89 of 29 May 1989 laying down general rules on the definition, description and presentation of spirit drinks, OJ L 160, 12.6.1989, p. 1-17

88. Dutfield, Graham (2003), Protecting Traditional Knowledge and Folklore: A Review of Progress in Diplomacy and Policy Formulation, UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No. 1, June 2003, 63 p.
89. Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI), EU Commission Final Report, November 2008, 276 p.
90. European Union 1000th quality food name registered in the EU, EU Commission (2011), 8 p.
91. European legislation on protection of Geographical Indications, Overview of the EU Member States' Legal Framework for Protection of Geographical Indication, EU-CHINA IPR2, 2011, 112 p.
92. Evans G. E. and Blakeney M. "The Protection of Geographical Indications after Doha: Quo Vadis?" Journal of International Economic Law, Volume (9), 40 p.
93. Fautrel V., Sureau S., Thirion M.-C. and Vittori M., "Protected Geographical Indications for ACP Countries: A Solution or a Mirage?" (ICTSD, Eclairage, Volume 8 • Number 6), 42 p.
94. Federal Act on the Amendment of the Swiss Civil Code (Part Five: The Code of Obligations) of 30 March 1911 (Status as of 1 July 2014) <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19710361/index.html> (vizitat 12.07.2014)
95. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), SINER-GI, "Linking places, people, products" (Guide), 189 p.
96. Fort, F., Remaud, H., « Le processus de mondialisation dans la valorisation des produits agroalimentaires à travers le concept de terroir. Contrainte ou opportunité?», Agro-Montpellier – UMR MOISA, 49 p.
97. Geographical indication of goods (procedure and protection) act 1999 of India, http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=128105 (vizitat 12.07.2014)
98. Georgian Law on appellations of origin and geographical indications for products, http://sakpatenti.org.ge/index.php?lang_id=ENG&sec_id=321 (vizitat 12.07.2014)
99. Génèse des AO, J. Capus, l'INAO, 1947, http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=textesPages/Les_fondements_de_l_appellation391.php~mnu=391 (vizitat 12.07.2014)
100. Giovannucci D., and others, "Guide to Geographical Indications Linking products and their origins", ITC 2009, 232 p.
101. Kasturi Das "Geographical Indications in jeopardy", <http://indiattogether.org/tradegis-economy> (vizitat 21.06.2014)
102. Landon, S. and C.E. Smith, 'The Use of Quality and Reputation Indicators by Consumers: The Case of Bordeaux Wine', Journal of Consumer Policy, September 20(3): 289, 1997. http://mpira.ub.uni-muenchen.de/9283/1/MPRA_paper_9283.pdf, 41 p.

103. Landon, S. and C.E. Smith, 'Quality Expectations, Reputation and Price', Southern Economic Journal, January 64(3): 628, 1998. http://mpa.ub.uni-muenchen.de/9774/1/MPRA_paper_9774.pdf, 54 p.
104. Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=285856 (vizitat 28.05.2014)
105. LI/WG/DEV/10/2 Draft revised Lisbon agreement on appellations of origin and geographical indications http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=32430 (vizitat 28.10.2014)
106. LI/WG/DEV/10/3 Draft revised Regulation under the Lisbon Agreement http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=32430 (vizitat 28.10.2014)
107. LI/WG/DEV/10/4 Explanatory notes to the Draft revised Lisbon agreement on appellations of origin and geographical indications http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=32430 (vizitat 28.10.2014)
108. LI/WG/DEV/10/5 Explanatory notes to the Draft revised Regulation under the Lisbon Agreement http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=32430 (vizitat 28.10.2014)
109. Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=286779 (vizitat 28.10.2014)
110. Marescotti, A. "Typical products and rural development: Who benefits from PDO/PGI recognition?", 83rd EAAE SEMINAR, Food Quality Products in the Advent of the 21st Century: Production, Demand and Public Policy, 4th-7th September, 2003, Chania, Greece, 16 p.
111. "Impact of a Geographical Indications on Agriculture and Rural Development", Comté Cheese (ppt, 1,88Mb) <http://www.ige.ch>, (vizitat 12.05.2014)
112. O'Connor, B. "Geographical Indications in International and National Law, Monograph 6, O'Connor and Company", a comprehensive overview of EC, WTO, WIPO and other laws for the protection of geographical indications 152 p.
113. Olsen, M., 'Cue Utilization of the Quality Perception Process: A Cognitive Model and an Empirical Test', PhD Thesis, Purdue University, West Lafayette, US, 1972, p. 167-179.
114. Ordonnance réglant l'utilisation du nom «Suisse» pour les montres du 23 décembre 1971 <http://www.admin.ch> (vizitat 29.08.2014)
115. Pacciani A., ș.a., 'The Role of Typical Products in Fostering Rural Development and the Effects of Regulation (EEC) 2081/92', 73rd Seminar of the European Association of Agricultural Economists, Ancona, Italy, June 28-30, 2001, 11p.
116. Paris Convention for the Protection of Industrial Property <http://www.wipo.int/treaties/en/> (vizitat 30.08.2014)
117. Patent law treaty <http://www.wipo.int/treaties/en/> (vizitat 30.08.2014)
118. Patent Cooperation Treaty <http://www.wipo.int/treaties/en/> (vizitat 30.08.2014)

119. Project DA_10_05: "Improvement of National, Sub Regional and Regional IP Institutional and User Capacity", CDIP/3/INF/2,
http://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/cdip_3/cdip_3_inf_2.pdf (vizitat 30.08.2014)
120. Project Design Law Treaty http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_31/sct_31_2.pdf
(vizitat 30.08.2014)
121. Rangnekar Dw. "The Socio-Economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe, Draft", UNCTAD/ICTSD Capacity Building Project on Intellectual Property Rights and Sustainable Development, October 2003, 48 p.
122. Rangnekar Dw., The Socio-Economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe, UNCTAD-ICTSD Project on IPTs and Sustainable Development Series, Issue Paper 8, 2004, 52 p.
123. Rapport d'activitee, 2012, INAO,
http://www.inao.gouv.fr/repository/editeur/pdf/support/INAO_2012_rapport_BD.pdf (vizitat 30.07.2014)
124. Raustiala K. and Munzer St. "The Global Struggle over Geographic Indications", The European Journal of International Law Vol. 18 no. 2, EJIL 2007, p. 337–365
125. Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of Council Regulation (EC) No 3/2008 on information provision and promotion measures for agricultural products on the internal market and in third countries,
http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/reports/sec-2010-1434_en.pdf (vizitat 29.07.2014)
126. Reviron, S., ș.a. "Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing countries", Working Paper No 2009/14, march 2009, 30 p.
127. "Review under Article 24.2 of the Application of the Provisions of the Section of the TRIPS Agreement on Geographical Indications", WTO document IP/C/W/253/Rev.1, 2003, 87 p.
128. Samper L.F. "Café de Colombia: protecting and promoting a well-known origin", National Federation of Coffee Growers of Colombia, Beijing, Chine, Juin 2007, 25 p.
129. Schüßler L. "Protecting 'Single-Origin Coffee' within the Global Coffee Market: The Role of Geographical Indications and Trademarks" (The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy, Volume 10 Number 1 2009/p. 149-185)
130. Silva G. "Geographical Indications: The Case of Colombian Coffee", CEO, National Federation of Coffee Growers of Colombia, mai 2008, 10 p.
131. SCT/3/6: "Geographical Indications", <http://www.wipo.int/meetings/en>, (vizitat 29.07.2014)
132. SCT/5/3: "Conflicts between Trademarks and GIs, Conflicts between Homonymous GIs",
<http://www.wipo.int/meetings/en>, (vizitat 29.07.2014)

133. SCT/8/4: “Geographical Indications, Historic Background, Nature of the Right, Existing Systems of Protection, Obtaining Protection in Other Countries” <http://www.wipo.int/meetings/en>, (vizitat 29.07.2014)
134. SCT/9/4: “The Definition of Geographical Indications” <http://www.wipo.int/meetings/en>, (vizitat 29.07.2014)
135. SCT/9/5: “Geographical Indications and the Territoriality Principle”, <http://www.wipo.int/meetings/en>, (vizitat 29.07.2014)
136. SCT/10/4: “Geographical Indications”, <http://www.wipo.int/meetings/en>, (vizitat 29.07.2014)
137. Singapore Trademark Law Treaty <http://www.wipo.int/treaties/en/>, (vizitat 12.08.2014)
138. Study Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI), TENDER N° AGRI-2011-EVAL-04, Octombrie 2012, 87 p.
139. [Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market Final report – 18 February 2013 http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf), (vizitat 24.08.2014)
140. Synthèse des productions sous signes officiels de l'origine et de la qualité en 2011, INAO, http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=textesPages/Les_Signes_de_la_Qualite_et_de_l_Origine433.php~mnu=433, (vizitat 24.08.2014)
141. The economics of Intellectual Property, Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition, WIPO, 2009, 230 p.
142. Thompson S.R., Anders S. and Herrmann R. ‘Markets Segmented by Regional – Origin Labeling with QualityControl’, Contributed Paper presented at the 26th Conference of the International Association of Agricultural Economists (IAAE), Gold Coast, Australia, August 12-18, 2006, 26 p.
143. Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm, (vizitat 24.08.2014)
144. Trademark Law Treaty <http://www.wipo.int/treaties/en/>, (vizitat 30.08.2014)
145. Tregear, A., Arfini F., Belletti G. and Marescotti A., ‘The Impact of Territorial Product Qualification Processes on the Rural Development Potential of Small-Scale Food Productions’, XI World Congress of Rural Sociology, Trondheim, Norway, July 25-30, 2004, p. 26-37.
146. Tregear, A. "What is a typical local food? An examination of territorial identity in foods based on development initiatives in the agrifood and rural sectors", Centre for Rural Economy, Working Paper 58, January 2001, 32 p.
147. Uruguay Round Agreement: TRIPS Part II — Standards concerning the availability, scope and use of Intellectual Property Rights

http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm (vizitat la 01.07.2014)

148. Vandecandelaere E. ş.a. Linking People, Places and Products, jointly published by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) and SINER-GI, FAO, 2009, 189 p.

149. Vincent E., Flutet E., Nairaud, D. « aoc et aop : un système de reconnaissance des terroirs au service du développement durable », Géosciences, numéro 7/8, mars 2008, INAO, p. 22-26

150. Wilson N., Van Ittersum K. and Fearne A. 'Cooperation and Coordination in the Supply Chain: A Comparison between the Jersey Royal and the Opperdoezer Ronde Potato', in The Socio-Economics of Origin Labelled Products in Agro-Food Supply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects, B. Sylvander, D. Barjolle and F. Arfini (eds.), Series Actes et Communications, 17(1), INRA, Paris, 2000, p 28-42.

151. WIPO Magazine (February 2011), "Parmesan – The King of Cheeses", http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2011/01/article_0005.html (vizitat 04.05.2014)

152. Габуня Д. Охрана географических указаний в странах СНГ и региональные инициативы, Intellectus 2004/4, p. 37-45

153. Роль интеллектуальной собственности, в частности, товарных знаков и географических указаний, в процессе формирования, развития и укрепления позиций национального бренда, http://www.wipo.int/export/sites/www/dcea/en/pdf/Tool_rus-rev.pdf (vizitat 04.05.2014)

ANEXE

Indicațiile geografice protejate în Uniunea Europeană pe produse și pe state membre

Țara	Vinuri	Prod. agricole și alimentare	Băuturi spirtoase	Vinuri aromatizate	Total în SM	Pondere IG a SM
IT	521	193	39	1	754	27.2%
FR	432	168	75	1	676	24.4%
ES	131	126	28	0	285	10.3%
GR	147	86	19	0	252	9.1%
PT	40	111	19	0	170	6.1%
DE	39	68	35	2	144	5.2%
RO	50	0	19	0	69	2.5%
BG	54	0	13	0	67	2.4%
AT	29	13	13	0	55	2.0%
HU	35	4	6	0	45	1.6%
UK	4	32	3	0	39	1.4%
CZ	13	22	1	0	36	1.3%
BE	9	7	10	0	26	0.9%
SI	17	1	7	0	25	0.9%
NL	12	6	5	0	23	0.8%
SK	8	4	10	0	22	0.8%
CY	11	1	2	0	14	0.5%
LU	1	4	9	0	14	0.5%
PL	0	9	3	0	12	0.4%
DK	4	3	1	0	8	0.3%
LT	0	0	8	0	8	0.3%
IE	0	4	3	0	7	0.3%
FI	0	3	2	0	5	0.2%
SE	0	2	3	0	5	0.2%
MT	3	0	0	0	3	0.1%
LV	0	0	3	0	3	0.1%
EE	0	0	1	0	1	0.0%
Total	1 560	867	337	4	2 768	100%
%	56,4%	31,3%	12,2%	0,1%		

Sursa: adaptat de autor în baza [132]

Clasificarea funcțiilor de bază ale indicațiilor geografice



Sursa:elaborată de autor

Programe comunitare aprobate pentru promovarea produselor agricole și alimentare pe piețele interne și pe piețele terțe

Regulation (EC) No 501/2008: Promotion on the internal market and in third countries						- 2013 Series -		Programmes selected (PROPOSALS from the MS)					
Member State	Progr. No	Proposing organisations	Products	Target countries (*)	Duration (years)	Total budget in EUR				EU cofinancing in EUR (annual and total)			
Multi MS	1					Year 1	Year 2	Year 3	Total	Year 1	Year 2	Year 3	Total
						1 300 000	1 300 000	1 300 000	3 900 000	650 000	650 000	650 000	1 950 000
ES		CONSEJO REGULADOR DOP KAKI RIBERA DEL XUQUER	PDO PGI TSG	DE + FR + IT	3	200 000	200 000	200 000	600.000	100 000	100 000	100 000	300 000
FR		UIFF + ASPERGES DES LANDES + APIKPA + APFEL SUD- OUEST + BUREAU NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DU PRUNEAU				800 000	800 000	800 000	2.400.000	400 000	400 000	400 000	1 200 000
IT		CONSORZIO DELLA PERA DELL EMILIA ROMAGNA IGP + CONSORZIO PESCA E NETTARINA DI ROMAGNA + CONSORZIO RADICCHIO DI TREVISO				300 000	300 000	300 000	900.000	150 000	150 000	150 000	450 000
Multi MS	2					1 302 740	1 271 258	1 271 258	3 845 256	651 370	635 629	635 629	1 922 628
RO		SC SONIMPEX SERV COM SRL	PDO PGI TSG	NAM + MEA	3	199 492	172 356	172 356	544.204	99 746	86 178	86 178	272 102
EL		COOP. KROKOS KOZANIS + UNION OF PDO/PGI PRODUCERS				1 103 248	1 098 902	1 098 902	3 301.052	551 624	549 451	549 451	1 650 526
CZ	1	AGRÁRNÍ KOMORA ČR	DAIRY	CZ + SK	3	161 910	159 610	153 067	474 587	80 955	79 805	76 534	237 294
DK	1	GAU	FRESH F&V	DK	3	796 850	754 379	754 379	2 305 608	403 379	381 554	381 554	1 166 487
ES	1	COAG-IR	PDO PGI TSG	ES + FR + PT	2	300 178	298 875	0	599 053	150 089	149 438	0	299 527
ES	2	CRDO CARINENA + CRDO CALATAYUD + CRDO CAMPO DE BORJA + CRDO SOMONTANO + CRDO TERRA ALTA	WINES	NAM	3	749 271	750 649	750 649	2 250 570	374 636	375 325	375 325	1 125 285
FR	1	CIGC + CNIEL + CHAOURCE + BEURE CHARENTE-POITOU + CANTAL + MORBIER + OSSAU-IRATY + REBLOCHON + CAMEMBERT DE NORMANDIE + LIVAROT + PONT L'EVÊQUE + NEUFCHÂTEL + BEURRE D'ISIGNY + CRÈME D'ISIGNY + BRIES DE MEAUX + BRIE DE MELUN	PDO PGI TSG	FR	3	2 019 303	2 040 502	2 040 502	6 100 307	1 009 652	1 020 251	1 020 251	3 050 154
FR	2	FIL ROUGE	MEAT	FR	3	1 613 231	1 585 651	1 608 810	4 807 692	806 616	792 826	804 405	2 403 846
FR	3	CNIEL	DAIRY	NAM	3	1 804 374	1 804 374	1 804 374	5 413 123	902 187	902 187	902 187	2 706 562
IT	1	CONSORZIO DI TUTELA FORMAGGIO STELVIO + CONSORZIO MELA ALTO ADIGE + CONSORZIO DI TUTELA SPECK ALTO ADIGE	PDO PGI TSG	DE + IT + AT + CZ	3	1 209 860	899 333	890 807	3 000 000	604 930	449 667	445 404	1 500 000
LT	1	BAB	FRESH F&V	LT	3	895 894	957 426	948 491	2 801 811	447 947	478 713	474 246	1 400 906
LT	2	LMPA	BEEF, VEAL & PIG	RU	3	891 437	1 410 622	1 339 867	3 641 926	445 719	705 311	669 934	1 820 963
NL	1	FFH	HORTIC	DE + FR + NL + UK	3	2 434 323	3 465 455	2 173 801	8 073 579	1 217 162	1 732 728	1 086 901	4 036 790
AT	1	AMA-M	ORGANIC	AT	3	1 400 000	1 400 000	1 400 000	4 200 000	700 000	700 000	700 000	2 100 000
PL	1	UPEM	MEAT	PL	3	1 094 450	948 897	956 605	2 999 952	547 225	474 448	478 302	1 499 976
PT	1	FNAP	HONEY	DE + ES + FR + PT + UK + SE	3	461 385	437 443	307 628	1 206 456	230 693	218 721	153 814	603 228
PT	2	IVDP	WINES	DE + ES + FR + PT	3	859 114	1 316 248	910 600	3 085 961	429 557	658 124	455 300	1 542 981
PT	3	CVRVV	WINES	NO + CH + NAM + LAM	3	419 756	419 756	431 756	1 271 268	209 878	209 878	215 878	635 634
SI	1	GIZ MESO IN IZDELKI	Q. POULTRY	RS + ME + MK + BA + KO	3	570 089	521 301	479 035	1 570 425	285 044	260 651	239 517	785 213
FI	1	LIHATIEDOTUSYHDISTYS RY	MEAT	FI	3	716 000	486 000	486 000	1 688 000	358 000	243 000	243 000	844 000
UK	1	SUSTAIN	ORGANIC	UK	3	551 064	550 762	550 762	1 652 587	275 532	275 381	275 381	826 294
EL	1	EAS KAL + EAS MES	DAIRY + OLIVE OIL + TABLE OLIVES	NAM	3	1 898 913	1 705 889	1 524 929	5 129 731	949 457	852 945	762 465	2 564 866
EU (22)						23 450 143	24 484 430	22 083 320	70 017 893	11 730 026	12 246 579	11 046 025	35 022 630

(*) Geographical areas: LAM = Latin America; MEA = Middle East; NAM = North America; SEA = South-east Asia; Countries: AT = Austria; BA = Bosnia and Herzegovina; CH = Switzerland; CZ = Czech Republic; DE = Germany; DK = Denmark; EE = Estonia; ES = Spain; FI = Finland; FR = France; IE = Ireland; IT = Italy; KO = Kosovo; LT = Lithuania; LV = Latvia; ME = Montenegro; MK = Former Yugoslav Rep. Macedonia; NL = Netherlands; NO = Norway; PL = Poland; PT = Portugal; RO = Romania; RS = Serbia; RU = Russia; SE = Sweden; SK = Slovakia; UA = Ukraine; UK = United Kingdom.

Ghid privind constituirea Grupului

În conformitate cu legislația în vigoare doar un grup poate solicita protecția unei denumiri de origine sau unei indicații geografice. Concomitent **Grupul** trebuie să corespundă următoarelor cerințe:

1. Un grup ce solicită înregistrarea indicației geografice, a denumirii de origine sau a specialității tradiționale garantate trebuie să activeze în baza statutului său și trebuie să reprezinte diferite categorii de operatori implicați în elaborarea produsului (producători ai materiei prime, procesatori, comercianți).

Statutul grupului trebuie să conțină prevederi referitoare la:

- a) reprezentativitatea grupului în raport cu filiera. Astfel, în cazul produselor transformate, trebuie prezentate sursele de aprovizionare cu materiile prime determinate;
- b) accesibilitatea grupului pentru alți aderenți: utilizarea denumirii de origine, a indicației geografice sau producerea specialității tradiționale garantate trebuie să fie accesibile tuturor producătorilor care respectă prevederile caietului de sarcini;
- c) misiunile grupului în raport cu denumirea de origine, indicația geografică sau specialitatea tradițională garantată, inclusiv elaborarea dosarului în vederea înregistrării internaționale, modalitățile de protecție a acestora și a operatorilor implicați.

Un exemplar al statutului grupului trebuie prezentat la autoritatea competentă odată cu depunerea cererii de aprobare a caietului de sarcini.

2. Grupul trebuie să funcționeze în strânsă legătură cu autoritatea competentă responsabilă de omologarea caietului de sarcini.

3. Grupul trebuie să asigure ca respectivul caiet de sarcini să nu conțină formulări care să permită unui producător monopolul asupra produsului.

4. O persoană fizică sau juridică poate fi considerată drept grup în sensul articolului 9 alineatul (2) din Lege dacă, în momentul depunerii cererii de înregistrare a unei indicații geografice sau a unei denumiri de origine, se dovedește că sunt îndeplinite următoarele condiții:

- a) persoana dată este unicul producător din aria geografică delimitată care dorește să depună cerere;
- b) aria geografică delimitată prezintă caracteristici esențial diferite de cele din zonele limitrofe sau caracteristicile produsului diferă de cele ale produselor obținute în zonele limitrofe.

Sursa: *elaborat de autor în baza [59]*

Ghid privind completarea caietului sarcini

În conformitate cu Legea 66/2008 privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate (Legea 66/2008), pentru a beneficia de o denumire de origine protejată (DOP) sau de o indicație geografică protejată (IGP), un produs trebuie să fie conform condițiilor stabilite într-un caiet de sarcini, omologat printr-o decizie a autorității competente.

Caietul de sarcini pentru o indicație geografică (IG) sau o denumire de origine (DO) este documentul de referință al produsului pentru care este solicitată protecția în calitate de IG sau DO. Acesta va conține:

1. Datele de identificare ale solicitantului

- în cazul persoanelor fizice – numele, prenumele, adresa completă, denumirea oficială a țării al cărei cetățean este (în cazul apatrizilor – țara în care își are domiciliul, iar în lipsa acestuia – țara în care are o întreprindere industrială sau comercială), telefonul, faxul cu prefixul zonei, adresa de e-mail;

- în cazul persoanelor juridice – denumirea oficială (eventual abrevierea folosită în mod curent), sediul, inclusiv adresa și denumirea oficială a țării, conform legislației prin care a fost instituită, telefonul, faxul cu prefixul zonei, adresa de e-mail. Solicitantul indică codul țării conform normei ST.3 OMPI (OMPI – Organizația Mondială de Proprietate Intelectuală). Persoanele fizice sau juridice din Republica Moldova vor indica, de asemenea, numărul de identificare de stat unic (IDNO/IDNP).

- în cazul mai multor solicitanți, datele de identificare se indică pentru fiecare dintre ei în anexă. Este preferabil să se indice o singură adresă pentru fiecare solicitant;

2. Denumirea solicitată spre înregistrare

Denumirea aleasă pentru a fi înaintată spre înregistrare trebuie să fie cea utilizată în comerț sau în limbajul comun pentru a desemna produsul specific din zona definită.

Înregistrarea unei DO sau IG nu are drept scop crearea de noi denumiri ci recunoașterea utilizării unei denumiri în vederea identificării unui produs specific din zona delimitată.

Notorietatea sau reputația denumirii trebuie, prin urmare, în mod corespunzător stabilită și demonstrată.

O indicație geografică sau o denumire de origine trebuie să conțină, în mod obligatoriu, o denumire geografică. Aceasta poate fi denumirea unei regiuni administrative sau istorice, denumirea unei unități administrative, a unui loc determinat sau un adjectiv substantivizat format de la această denumire, care se referă la aria geografică delimitată.

Ex.: “Valul lui Traian” (denumirea istorică a unei regiuni din R. Moldova)

“Magiun de prune Topoloveni” (oraș în județul Argeș, Muntenia, România)

- Denumirea unei țări poate fi înregistrată în calitate de denumire de origine sau de indicație geografică doar în cazul în care aria țării prezintă caracteristici omogene referitor la acei factori care conferă produsului calități particulare.

Ex.: “Café de Colombia” (cafea provenind din Columbia)

- Anumite denumiri negeografice utilizate în mod tradițional sunt, de asemenea, considerate denumiri de origine sau indicații geografice, dacă servesc la identificarea unui produs ca fiind originar din teritoriul unei țări sau dintr-o regiune ori localitate din teritoriul respectiv, în cazul în care acest produs corespunde cerințelor legale

Ex.: “Feta” (pentru telemea provenită din Grecia),

“Divin” (pentru rachiu din vin învechit provenit din R. Moldova).

Odată înregistrată, denumirea este rezervată pentru operatorii care respectă condițiile de producție definite în caietul de sarcini.

În cazul denumirilor constând din mai multe cuvinte, în care o parte a denumirii este considerată a fi generică utilizarea denumirii generice nu poate fi interzisă în baza înregistrării unei DO sau IG.

Ex: IGP “Magiun de prune Topoloveni”: “magiun de prune” definește un tip de produs, respectiv, termenul dat poate fi utilizat de orice producător de magiun de prune fără a i se impune respectarea caietului de sarcini.

De asemenea, dacă o DOP sau IGP se referă la o arie geografică vastă aceasta nu acoperă și denumirile localităților mai mici situate în această arie.

Ex.: IGP “Codru” nu protejează împotriva utilizării denumirii “Cricova” (localitate aflată în zona geografică delimitată Codru) pentru vinuri.

3. Denumirea produsului și clasificarea lui

- Denumirile produselor trebuie să fie expuse în termeni preciși astfel încât să distingă clar natura produselor revendicate

- Clasificarea produselor pentru care se solicită înregistrarea denumirii de origine, a indicației geografice se realizează în conformitate cu Aranjamentul de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în scopul înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, revăzut și modificat (în continuare – **Clasificarea de la Nisa**).

Ex.:

clasa 03 – uleiuri eterice

clasa 30 – miere

clasa 31 – nuci.

4. Descrierea produsului și a materiei prime. În acest compartiment al caietului de sarcini, grupul solicitant va include descrierea exactă a produsului și modurile sale de prezentare.

Descrierea trebuie efectuată în termeni precizi, astfel încât să asigure o bună respectare a caietului de sarcini de către producători și să permită controlul obiectiv privind această respectare din partea organelor de control și inspecție, cu indicarea principalelor proprietăți fizice, chimice, microbiologice sau organoleptice ale acestuia, astfel încât să permită deosebirea obiectivă a produsului de alte produse din aceeași categorie.

Descrierea trebuie să fie obiectivă și să prezinte rezultatul unor analize sau măsurări.

Atunci când denumirea revendicată se referă la un produs prelucrat, descrierea va cuprinde și descrierea materiilor prime utilizate.

Ex.: Pentru producerea unui suc de mere pot fi utilizate doar mere de un anumit soi, pentru producerea unui cașcaval poate fi prelevat lapte de la o anumită rasă de vaci, etc.

În ceea ce privește modul de prezentare, este necesar să se stabilească dacă o DOP sau IGP este solicitată pentru produse ambalate proaspete sau prelucrate, întregi sau tăiate, congelate sau nu, etc.

Ex.: Pentru brânză, se va indica dacă DO sau IG se revendică pentru brânză ambalată sau nu, pentru carne se va indica dacă DO sau IG se revendică și pentru carne congelată sau nu, etc.

Unele dintre caracteristicile enumerate în acest compartiment, se vor regăsi și în compartimentul “legătura cu aria geografică” constituind specificități ale produsului legate de mediul geografic.

5. Delimitarea ariei geografice

Acest compartiment va conține o descriere precisă și lipsită de ambiguitate a zonei geografice delimitate care va consta dintr-o listă de raioane (în cazul în care acestea sunt cuprinse în întregime), sau localități.

În afară de cazul în care un raion este inclus integral în aria geografică delimitată, lista localităților cuprinse în aria geografică delimitată va fi prezentată în ordine alfabetică.

Ex.: Aria geografică pentru producția vinurilor cu IG “Ștefan Vodă” se întinde pe un teritoriu geografic delimitat și cuprinde localitățile din raioanele: Basarabeasca, Căușeni, Cimișlia, Ștefan Vodă.

Aria geografică poate fi de asemenea definită prin limitele geografice naturale.

Ex.: Aria geografică pentru producția ... cu IG “...” se întinde pe teritoriul R. Moldova cuprins între râurile Prut și Nistru.

6. Elemente care să ateste proveniența produsului din aria geografică delimitată

Caietul de sarcini pentru o denumire de origine sau o indicație geografică va identifica procedurile concrete ce trebuie aplicate de solicitanți pentru a asigura dovada originii referitor la produs, materiile prime, hrana pentru animale și alte elemente care, potrivit caietului de sarcini, trebuie să provină din aria geografică delimitată. Cu alte cuvinte caietul de sarcini va conține

prevederi clare privind asigurarea trasabilității produselor (registre suplimentare, dovezi, facturi, etc.) Astfel, operatorii trebuie să fie capabili să identifice:

- a) furnizorul, cantitatea și originea loturilor de materii prime sau produse primite;
- b) destinatarul, cantitatea și destinația produselor furnizate;
- c) corelația dintre fiecare lot «intrare» menționate la punctul a) și fiecare lot «ieșire» menționate la punctul b).

Sistemul de trasabilitate descris se poate referi la produsul finit sau la alte elemente care, conform caietului de sarcini, trebuie să provină din zona geografică delimitată (de exemplu: materii prime, furaje pentru animale, etc.).

7. Descrierea metodelor de obținere a produsului. Acest compartiment este partea tehnică a caietului de sarcini. Acesta conține descrierea condițiilor de producție, de la producerea materiei prime până în momentul în care produsul poate beneficia de DOP sau IGP. Condițiile descrise ar trebui să fie clare, lipsite de ambiguitate și pasibile de verificare. Metodele descrise trebuie să fie reale și nu preconizate sau recomandabile. Parametrii cheie ai produsului trebuie să fie specificați fără aproximări. Metodele specifice de producere/prelucrare descrise la acest compartiment trebuie să includă descrierea procesului de obținere a produsului, inclusiv a eventualelor variante existente, a practicilor și tehnicilor utilizate, precum și a criteriilor de calitate ale produsului final, punând în evidență particularitățile acestuia. Descrierea trebuie să cuprindă toate etapele relevante, inclusiv, dacă este cazul ambalarea.

Ex.: pentru producția de animale: rasele de animale, alimentarea (durata tranziției la iarbă, modul de hrănire, proporțiile de furaje și concentrate, rații alimentare, surse de alimentare,...), vârsta de sacrificare...

Pentru producerea de fructe și legume: soiuri, fertilizare, data semănatului și recoltării, timpul de recoltă, recoltarea, depozitarea, transportul ...

8. Elementele care justifică legătura dintre calitatea sau caracteristicile produsului și originea sa geografică.

!!! Este o parte fundamentală a caietului de sarcini, pentru că anume în acest compartiment este prezentată argumentarea recunoașterii și înregistrării unei DOP sau IGP.

Demonstrarea legăturii dintre arie geografică și produs presupune existența a trei factori ce urmează a fi descriși în compartimentul dat:

- specificul zonei geografice;
- specificitatea produsului;
- interacțiunea cauzală între zona geografică și:
 - calitate sau caracteristicile produsului (în cazul DOP)
 - o calitate specifică, reputație sau altă proprietate (în cazul IGP)

Ex.: IGP“Valul lui Traian”: Aria geografică se caracterizează prin solurile sale bine aerate, dar ușoare, cu productivitatea limitată, care asigură o calitate și o maturitate remarcabilă a strugurilor la recoltare. Clima asigură condiții de maturare excepțională, cu insolație importantă, cu temperaturi ridicate, dar modificate de prezența în apropiere a Marii Negre și masivelor de pădure a Dealului Tigheciului. Calitatea excepțională a strugurilor și a vinurilor este asigurată de forța de muncă calificată, formată timp de milenii prin tradiție și prin implementarea rațională a noilor agro-tehnologii și de tehnologii de producere a vinurilor. ...

9. Descrierea elementelor referitoare la ambalare

Dacă grupul solicitant specifică în caietul de sarcini că ambalarea produsului, trebuie să fie efectuată în aria geografică delimitată, acest grup trebuie să justifice, pentru produsul respectiv, aceste restricții ale liberei circulații a mărfurilor și liberei prestări de servicii. De asemenea, o astfel de limitare nu poate fi acceptată decât dacă este necesară pentru a proteja reputația unui produs cu DOP sau IGP. Limitarea ambalării produsului în aria geografică delimitată trebuie să fie justificată prin argumente legate de necesitatea păstrării caracteristicilor produsului și calității acestuia, garanția originii și controlului.

Ex.: pentru a păstra calitatea brânzei cu IGP "...” ambalarea acesteia urmează a fi efectuată în aria geografică delimitată ...

10. Denumirile și adresele autorităților competente sau ale organismelor abilitate să verifice respectarea prevederilor caietului de sarcini, precum și precizarea misiunii lor.

Organismele abilitate să verifice respectarea prevederilor caietului de sarcini sunt stabilite (pe domenii de competență), conform HG 644/2010 cu privire la desemnarea autorităților competente abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu denumiri de origine și indicații geografice și la specialitățile tradiționale garantate și a autorităților competente responsabile de controalele oficiale privind conformitatea acestor produse

Ex: Controlul respectării caietului de sarcini pentru IG “Ștefan Vodă” este efectuată de către: Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare; Inspectoratul de Stat pentru supravegherea Producției Alcoolice

11. Regulile specifice de etichetare a produsului

Acest compartiment al caietului de sarcini trebuie să permită identificarea produsului cu DOP sau IGP. Prin urmare, la completarea acestui compartiment al caietului de sarcini nu vor fi

indicate decât informațiile specifice produsului cu DOP sau IGP indicate pe etichetă și nu informațiile obligatorii generale care se referă la toate produsele.

În conformitate cu art 35(2) din Legea 66/2008 produsele originare din Republica Moldova comercializate sub o DOP sau IGP pot fi marcate cu mențiunile “Denumire de origine protejată” sau “Indicație geografică protejată” și/sau cu simbolurile naționale asociate acestora, aprobate prin Legea 101/2014 pentru aprobarea simbolurilor naționale asociate indicațiilor geografice protejate, denumirilor de origine protejate și specialităților tradiționale garantate.

Denumirile autorităților competente sau ale organismelor abilitate să verifice respectarea prevederilor caietului de sarcini, de asemenea vor figura pe eticheta produsului obținut pe teritoriul Republicii Moldova, care beneficiază de o denumire de origine sau de o indicație geografică protejată.

12. Oricare alte eventuale cerințe, stabilite de lege, ce trebuie respectate.

Sursa: elaborat de autor în baza [59]

Repartizarea răspunsurilor autorităților la chestionarul lansat de AGEPI anul 2013

Tab. A 6.1: Răspunsuri ale autorităților responsabile de omologarea caietelor de sarcini

Nr. ord.	Intrebarea adresată	Ministerul Dezvoltării Regionale si constructiilor			Ministerul Sanatatii			Ministerul Agriculturii			Ministerul Culturii			Ministerul Mediului			TOTAL		
		Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar
1	A introdus careva modificări în actele normative ce țin de domeniul reglementat, cu referire la IG, DO sau STG?			1	1			1				1			1		2	2	1
2	A creat o structură specializată sau a desemnat persoane responsabile de domeniul IG, DO, STG din cadrul structurilor existente?			1		1		1				1			1		1	3	1
3	A elaborat careva instrucțiuni/ghiduri privind procedura de omologare a caietelor de sarcini?		1			1		1				1			1		1	4	0

4	A plasat pe pagina web a instituției informația referitor la IG, DO, STG (inclusiv la omologarea caietelor de sarcini, persoanele ce pot oferi consultații)?	1				1			1			1			1		1	4	0
5	A organizat familiarizarea/pregătirea specialiștilor în vederea punerii în aplicare a sistemului de protecție a IG, DO, STG în domeniul reglementat (training-uri, seminare, vizite de documentare, schimburi de experiență)?		1			1		1				1			1		1	4	0
6	A efectuat lucrări de identificare a potențialelor produse din domeniul reglementat care ar beneficia de IG, DO sau ar putea fi recunoscute ca STG?	1				1		1				1			1		2	3	0
7	A efectuat acțiuni de promovare a sistemului de protecție a IG, DO, STG în rândul producătorilor?	1				1		1				1			1		2	3	0

8	A inițiat/demarcat careva acțiuni/proiecte în vederea creării mediului necesar îndeplinirii atribuțiilor delegate în conformitate cu HG 644/2010?	1				1			1			1			1		1	4	0
9	Dispune de specialiști pregătiți în domeniul IG, DO, STG?		1			1		1				1			1		1	4	0
10	Are nevoie de școlarizarea/specializarea cadrelor în domeniul IG, DO, STG?	1			1			1				1			1		5	0	0

Tab. A 6.2: Răspunsuri ale autorităților responsabile de controlul respectării caietului de sarcini

Nr. ord.	Intrebarea adresată	Agenția pentru Geologie și Resurse Minerale			Agenția Medicamentului			Inspectoratul pentru supravegherea producției alcoolice			Inspectia in constructii			Agentia pentru siguranta alimentelor			Centrul Național de verificare a calității producției alcoolice			Agenția pentru protecția consumatorilor			Total		
		Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar	Da	Nu	Nu este necesar

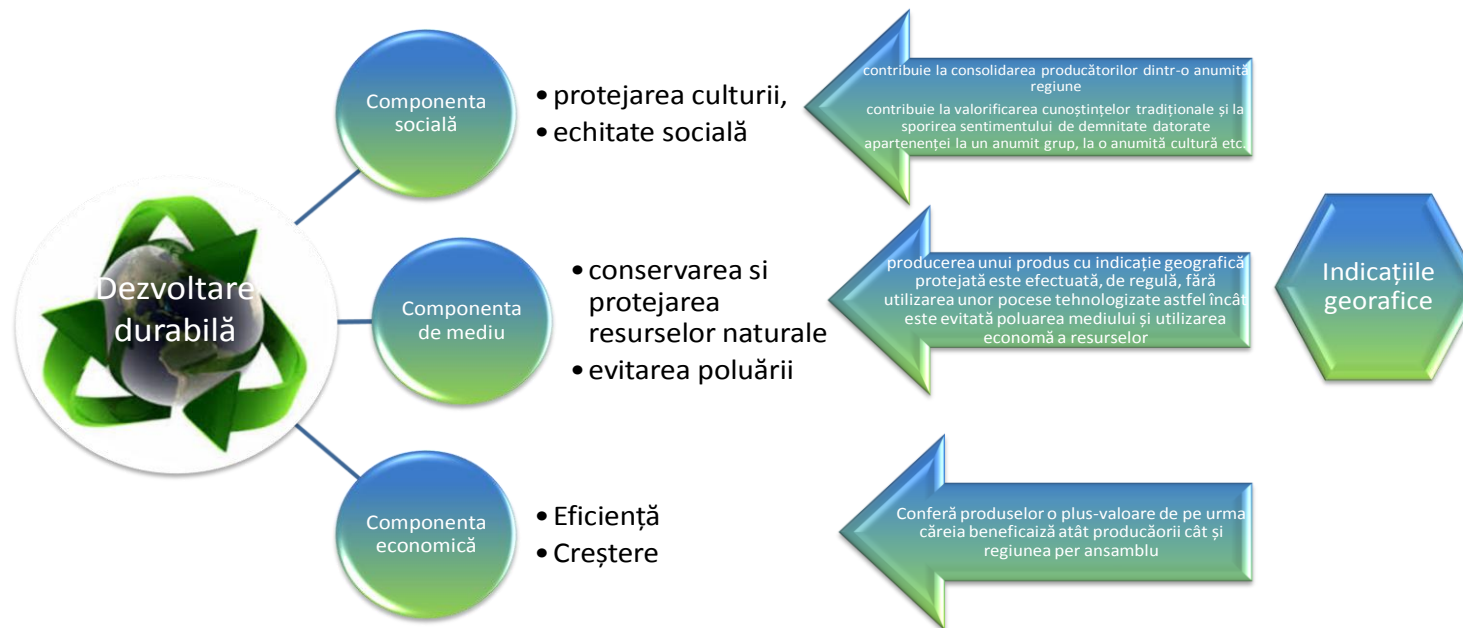
1	A introdus careva modificări în actele normative în domeniul reglementat, cu referire la controalele oficiale ce țin de produsele cu IG, DO sau STG?			1		1		1				1		1			1				1	1	3	3
2	A efectuat careva pregătiri în vederea punerii în aplicare a procedurilor referitoare la controale oficiale ce țin de produsele cu IG, DO și STG			1		1		1			1			1		1					1	2	3	2
3	A creat o structură specializată sau a desemnat persoane responsabile de domeniul IG, DO, STG din cadrul structurilor existente?			1		1			1			1		1			1				1	0	3	4
4	A elaborat careva instrucțiuni/ghiduri ce țin de controalele oficiale privind conformitatea produselor cu DO, IG STG cu prevederile caietelor de sarcini?		1			1		1			1			1			1			1		1	6	0

5	A plasat pe pagina web a instituției informația referitor la controalele oficiale privind conformitatea produselor cu DO, IG, STG (inclusiv persoanele ce pot oferi consultații)?		1			1		1				1			1			1			1		1	6	0
6	A organizat familiarizarea/pregătirea specialiștilor în vederea efectuării controalelor oficiale privind conformitatea produselor cu IG, DO, STG în domeniul reglementat (training-uri, seminare, vizite de documentare, schimburi de experiență)?			1		1		1				1			1			1			1		1	5	1
7	A identificat careva impedimente care urmează să fie depășite prin apelarea la ajutor extern		1			1				1		1			1			1			1		0	6	1

8	A inițiat/demarcat careva acțiuni/proiecte în vederea creării mediului necesar îndeplinirii atribuțiilor delegate în conformitate cu HG 644/2010?			1		1		1			1			1		1			1		2	3	2
9	Dispune de specialiști pregătiți în domeniul controalelor oficiale privind conformitatea produselor cu DO, IG, STG în domeniul reglementat?		1			1		1		1			1		1		1				4	3	0
10	Are nevoie de școlarizarea/specializarea cadrelor în domeniul IG, DO, STG?		1		1			1		1			1		1		1				6	1	0

Sursa: elaborat de autor în baza răspunsurilor autorităților competente desemnate conform HG 644/2010

Indicațiile geografice – parte componentă a politicilor de dezvoltare durabilă



Sursa: elaborată de autor

Chestionar privind percepția consumatorilor din Republica Moldova asupra produselor agricole și alimentare cu origine și calitate determinate (cu indicație geografică)

Întrebări pentru a determina categoria respondentului:

1) Raionul țării în care locuiți

Anenii Noi	Drochia	Rîbnița
Bălți	Dubăsari	Rîșcani
Basarabeasca	Edineț	Sîngerei
Briceni	Fălești	Șoldanești
Cahul	Florești	Soroca
Călărași	Glodeni	Ștefan Vodă
Cantemir	Hîncești	Strașeni
Căușeni	Ialoveni	Taraclia
Ceadîrlunga	Leova	Telenești
Chișinău	Nisporeni	Tighina
Cimișlia	Ocnița	Tiraspol
Comrat	Orhei	Ungheni
Criuleni	Rezina	Vulcănești
Dondușeni		

2) Trăiți în mediu

- Rural - Urban

3) Sex

- Feminin - Masculin

4) Vârsta

- 15-24 - 25-34

- 35-49 - 50 și mai mult

5) Studii

- Medii incomplete - Medii

- Superioare incomplete - Superioare

6) Nivelul veniturilor per membru al familiei

- Scazut (mai puțin de 1650 lei pentru o persoana din familie)

- Mediu (1650 - 3050 pentru o persoana)

- Înalt (mai mult de 3050 lei pentru o persoana din familie)

Întrebări pentru a stabili percepția respondentului asupra produselor agricole și alimentare cu origine și calitate determinate (cu indicație geografică)

1) După părerea Dvs. proveniența geografică influențează calitatea unui produs agricol sau alimentar?

- foarte tare
- într-o oarecare măsură
- deloc

2) Dacă prețul unui produs agricol sau alimentar ar fi același Dvs.?

- ați prefera un produs moldovenesc
- nu faceți nici o diferență după criteriul originii geografice
- ați prefera un produs de import

3) Cunoașteți noțiunea "produs cu indicație geografică protejată"?

- Da - Nu

4) Dacă răspunsul la întrebarea anterioară este DA atunci definiți în cuvinte proprii ce înțelegeți prin această noțiune

După adresarea întrebării deschise și notarea răspunsului oferit, atât în cazul în care respondentul a răspuns că nu cunoaște noțiunea de produs cu indicație geografică cât și în cazul în care acesta a oferit o definiție inadecvată, intervievatorul i-a citit următoarea definiție:
„Produs cu indicație geografică este un produs care provine dintr-o anumită regiune geografică și care are calități/caracteristici/reputație deosebite condiționate de această proveniență geografică”.

5) Ați fi gata să plătiți mai mult pentru un produs cu indicație geografică protejată?

- Da - Nu

6) Cât ați fi gata să plătiți în plus pentru un produs cu indicație geografică protejată?

- până la 10% - 10-20% - mai mult de 20%

7) Dacă ar fi să alegeți un produs deosebit cultivat/produs/preparat în regiunea a cărei originar sunteți, care ar fi acela?

Sursa: elaborat de autor

**Taxe percepute pentru înregistrarea unei indicații geografice de țările membre ale
Uniunii Europene**

Țara	Instituția responsabilă de înregistrarea IG la nivel național	Taxele percepute
Austria	Oficiul de Brevete Ministerul Federal al Sănătății și a Afacerilor Femeilor	580 euro ¹³
Belgia	Ministerul regiunii valone Ministerul regiunii flamande Departamentul Agricultură al regiunii Brussel Ministerul Economiei	Nu sunt specificate careva taxe
Bulgaria	Ministerul Agriculturii, registru este ținut de Oficiul de Brevet	Nu sunt specificate careva taxe
Cipru	Ministerul Agriculturii	Nu sunt specificate careva taxe
Danemarca	Administrația daneză veterinară și alimentară, din cadrul Ministerului Agriculturii, Industriei Alimentare și Pescăritului	Nu sunt specificate careva taxe
Estonia	Ministerul Economiei, Ministerul Agriculturii, Oficiul de Brevete	102 euro
Finlanda	Ministerul Agriculturii și Pădurilor	Nu sunt specificate careva taxe
Franța	Ministerul Agriculturii și Pescăritului, INAO	Nu sunt specificate careva taxe
Germania	Oficiul german de Brevete și Mărci	Nu sunt specificate careva taxe
Grecia	Ministerul dezvoltării rurale și pădurilor	Nu sunt specificate careva taxe
Irlanda	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare	Nu sunt specificate careva taxe
Italia	Ministerul Agriculturii Industriei Alimentare și Politicii Foerstiery	Nu sunt specificate careva taxe
Letonia	Ministerul Agriculturii	€730 ¹⁴

¹³ Jumătate din această sumă se rambursează în cazul în care indicația geografică nu este înregistrată

Lituania	Ministerul Agriculturii, Departamentul siguranța și calitatea alimentelor	Nu sunt specificate careva taxe
Luxemburg	Ministerul Agriculturii, Viticulturii și Devoltării Rurale	Nu sunt specificate careva taxe
Malta	Departamentul standardizare, directoratul produse alimentare.	Nu sunt specificate careva taxe
Polonia	Ministerul Agriculturii, și Devoltării Rurale Oficiul de Brevete	333 Euro
Portugalia	Ministerul Agriculturii, Devoltării Rurale și Pescăritului	Nu sunt specificate careva taxe
Regatul Unit	Departamentul afacerilor rurale, alimentare și de mediu	Nu sunt specificate careva taxe
Republica Cehă	Ministerul Agriculturii Oficiul de Proprietate Industrială	165 euro
România	Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci	400 euro
Slovacia	Ministerul Agriculturii	66 euro
Slovenia	Ministerul Agriculturii, pădurilor și Industriei Alimentare	Nu sunt specificate careva taxe
Spania	Ministerul Agriculturii, Direcția Denumiri de Calitate	Nu sunt specificate careva taxe
Suedia	Administrația Națională a Industriei Alimentare (Livsmedelsverket)	Nu sunt specificate careva taxe
Țările de Jos	Ministerul Agriculturii, Mediului și a Calității Alimentelor	Nu sunt specificate careva taxe
Ungaria	Ministerul Agriculturii și dezvoltării rurale, Oficiul Ungar de Proprietate Intelectuală	390 Euro

Sursa: adaptat de autor în baza [41]

¹⁴ Nu există nici o indicație geografică protejată

AGENȚIA DE STAT
PENTRU PROPRIETATEA INTELECTUALĂ
A REPUBLICII MOLDOVA

Str. Andrei Doga nr. 24/1, MD-2024, Chișinău, Republica Moldova
Tel.: +(373 22)40-05-00, +(373 22)44-32-53, fax: +(373 22)44-01-19
www.agepi.gov.md, e-mail: office@agepi.gov.md



AGEPI
IDNO 1004600072945

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АГЕНТСТВО
ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

Ул. Андрей Дог, 24/1, МД-2024, Кишинев, Республика Молдова
Тел.: +(373 22)40-05-00, +(373 22)44-32-53, факс: +(373 22)44-01-19
www.agepi.gov.md, e-mail: office@agepi.gov.md

nr. 246
din 2015 IAN. 30.

CERTIFICAT DE IMPLEMENTARE

Eliberat dnei Natalia Mogol, director adjunct Departamentul Mărci, Modele și Desene Industriale, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI), precum că dumneaei a participat la crearea cadrului normativ al Republicii Moldova în domeniul indicațiilor geografice pe parcursul anilor 2006-2008.

Dna Natalia Mogol și-a adus în mod direct contribuția la elaborarea Legii privind protecția indicațiilor geografice, denumirilor de origine și specialităților tradiționale garantate nr.66-XVI (adoptată la 27.03.2008, în vigoare din 25.10.2008), precum și a Regulamentului privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a indicațiilor geografice, a denumirilor de origine și a specialităților tradiționale garantate, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 610 din 05.07.2010.

Rezultatele principale ale tezei **Valorificarea indicațiilor geografice în contextual vectorului European de dezvoltare a Republicii Moldova** elaborate de dna Mogol au fost implementate în legislația națională, alte rezultate, urmează a fi implementate pe parcursul următorilor ani.

Autorul contribuie în continuare la consolidarea sistemului indicațiilor geografice în Republica Moldova prin elaborarea propunerilor de ajustare a legislației naționale, prin participarea activă la lucrările Grupului pentru revizuirea Aranjamentului de la Lisabona privind protecția denumirilor de origine și înregistrarea internațională a acestora, prin instruirea continuă a cadrelor din domeniu.

Director General



Lilia Bolocan



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**Competitiveness Enhancement and
Enterprise Development II (CEED II)**

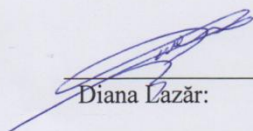
CERTIFICAT DE IMPLEMENTARE

Certificatul este eliberat dnei Natalia Mogol, director adjunct Departamentul Mărci, Modele și Desene Industriale, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI), precum că dumneaei în perioada mai-iunie 2011 a oferit expertiză profesională, în favoarea asociațiilor și companiilor din sectorul vinicol în scop de amendamente și propuneri de îmbunătățire a proiectului de Reglementare tehnică „Organizarea pieței vitivinicole”, elaborat de Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare.

În calitate de consultant profesionist, dna Natalia Mogol a efectuat o analiză detaliată a proiectului Reglementării tehnice „Organizarea pieței vitivinicole” elaborat de Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare în vederea implementării sistemului indicațiilor geografice și a denumirilor de origine pentru vinuri, identificând neconcordanțele acestuia cu legislația națională și cu cadrul legal comunitar.

În scopul îmbunătățirii proiectului Reglementării tehnice, urmare întâlnirilor consultative cu reprezentanții asociațiilor și companiilor din sectorul vinicol, Dna Natalia Mogol a formulat propuneri de modificare a Reglementării, în special în vederea omiterii regulilor care ar fi putut periclita eficiența sistemului propus instituind poveri suplimentare pentru producătorii locali.

Propunerile de modificări înaintate de dna Natalia Mogol au fost transmise către Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare. Unele dintre acele propuneri au fost incluse în proiectul Hotărârii de Guvern cu privire la ”Reglementarea tehnică „Organizarea pieței vitivinicole”.


Diana Lazăr:

Director adjunct
Manager pentru industria vinicolă



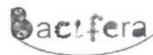
30.01.2015
Data:

CHUSINĂU

Competitiveness Enhancement and
Enterprise Development II (CEED II)
29 Sfatul Țării Str., "Le Roi", 5th floor
Chisinau, MD 2012, Moldova

Tel.: (+373 22) 83 99 00
Fax: (+373 22) 83 99 20
Email: office@ceed.md

Competitiveness Enhancement and
Enterprise Development II (CEED II) is
funded by USAID and implemented by
Chemonics International



**ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR
DE POMUȘOARE "BACIFERA"**

**ASSOCIATION OF BERRY
PRODUCERS "BACIFERA"**

Republica Moldova, MD-2019, or. Chișinău, str. Costiujeni, 14, bir. 34, Tel. 78 77 48; 069801776
bacifera@mail.com ; www.bacifera.md

CERTIFICAT DE IMPLEMENTARE

Certificatul este eliberat dnei Natalia Mogol, director adjunct al Departamentului Mărci, Modele și Desene Industriale, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI), precum că pe parcursul anilor 2012-2014 dumneaei a oferit expertiză profesională membrilor Asociației Producătorilor de Pomușoare "BACIFERA".

În scopul îmbunătățirii nivelului de cunoaștere a sistemului de indicații geografice, dna Natalia Mogol a întreprins acțiuni de promovare a indicațiilor geografice, a acordat consultații și a participat activ la delimitarea potențialului din rândurile producătorilor de pomușoare din cadrul membrilor Asociației APP BACIFERA.

În urma acțiunilor întreprinse un grup de producători a fost determinat să accedă sistemul menționat, la moment aceștia fiind în proces de pregătire a setului de documente necesare recunoașterii indicației geografice.

Președintele AO APP BACIFERA



Parascovia Sava

DECLARAȚIE PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII

Subsemnata, Natalia Mogol, declar pe răspundere personală că materialele prezentate în teza de doctorat sunt rezultatul propriilor cercetări și realizări științifice. Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

Natalia Mogol

Semnătura

Data



Nume **MOGOL NATALIA**
Adresa **STR. VALEA CRUCII 2/1, CHISINAU, REPUBLICA MOLDOVA**
Telefon **(37322) 40-05-41**
Fax **(3732) 440119**
E-mail **Natalia.Obriste@agepi.gov.md**

Nationalitate Republica Moldova
Data nasterii 01 mai 1980

EXPERIENȚĂ DE LUCRU

Perioada	Instituția	Funcția
01.11.2010-prezent	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	Director adjunct Departamentul Mărci Modele și Desene Industriale
01.09.2008 – 01.11.2010	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	Șef secție Mărci Internaționale
03.07.2007 – 31.08.2008	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	Șef secție Mărci Naționale
04.01.2007 – 03.07.2007	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	Șef adjunct secție Mărci
01.07.2001 – 04.01.2007	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	Expert secția Mărci Internaționale
01.07.2000 – 01.07.2001	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală	Traducător, Secția Cooperare Internațională

Studii de baza

Perioada	Instituția	Specialitatea
2001 - 2004	Academia de Studii Economice	Managementul proprietății intelectuale
1997 - 2001	Academia de Studii Economice	Relații Economice Internaționale (fr)

Studii complementare

Perioada	Instituția	Calificarea
martie 2001 - iunie 2001	AGEPI	Consilier în proprietate intelectuală
17 aprilie 2005 - 01 mai 2005	United States Trademark and Patent Office	Certificat de participare la programul USPTO privind procedurile de examinare ale SUA
01 iunie 2005-17 iunie 2005	CEIPI	WIPO/CEIPI ADVANCED TRAINING COURSE ON THE LEGAL, ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC ASPECTS OF INDUSTRIAL PROPERTY, STRASBOURG, FRANCE