

### Noutăți în evoluția și optimizarea mărcilor de produse și servicii

dipl. ing. Petru **COSTINESCU**, Consilier PI  
dipl. ing. Ruxandra **LAZĂR**

Istoria omenirii și a religiilor este și o istorie a mărcilor.

**Autorii acestei lucrări cred că mărcile fac parte din istoria omenirii, invențiile și creațiile literare și artistice realizează istoria omenirii.**

Oamenii și-au însemnat [*din latină: insignare sau în + semn*] proprietățile, obiectele personale (monograma = *Semn compus din literele inițiale ale numelui și prenumelui unei persoane, aplicat pe diverse obiecte prin scriere, brodare sau gravare*, animalele [*a însemna cu fierul roșu = a înfiera*], operele, produsele), adică au aplicat un semn caracteristic de recunoaștere sau, cum se spune în timpurile moderne, au marcat [*din germană: markieren, sau din franceză: marquer*] proprietățile sau produsele lor.

**Marca** este un simbol al **economiei moderne** și, fiind creată de om, face parte din obiectele **proprietății intelectuale** (PI).

PROPRIETATEA INTELLECTUALĂ, arăta, lapidar, OMPI, “*se referă la creațiile minții: invenții, opere literare și artistice, și, de asemenea, semnele, numele, imaginile, desenele și modelele industriale folosite în comerț.*”

Prof. YOLANDA EMINESCU (1921-1998), prima doamnă judecător, profesoară, cercetătoare și importantă personalitate în dreptul proprietății intelectuale, a scris:

*“Din punct de vedere istoric, marca este cel dintâi dintre obiectele de proprietate industrială care a dobândit un statut juridic.*

*Și tot marca este, în prezent, din punct de vedere economic, cel mai important dintre aceste obiecte, în patrimoniul unei întreprinderi. Ea și-a câștigat acest loc datorită dezvoltării producției în serie, dar mai ales dezvoltării și perfecționării mijloacelor de informare și comunicare în masă, prin intermediul cărora **publicitatea** a devenit o forță capabilă să dirijeze **cererea consumatorilor**, obișnuiți să cumpere majoritatea produselor, chiar curente, orientându-și alegerea în funcție de **marca ce le identifică.**”*

Această lucrare prezintă, concis, principalele modificări, evoluții, noutăți și tendințe în îmbunătățirea unor mărci pe durata valabilității înregistrării lor, deci, practic, a vieții lor.

Intențiile noastre sunt de a convinge cât mai mulți proprietari de mărci că marca este ca o casă sau orice altă proprietate. Și, ca orice casă, trebuie întreținută, reparată, modernizată sau chiar demolată și refăcută.

Mărcile pot avea o durată de viață practic nelimitată deoarece, spre deosebire de brevete și drept de autor, acestea pot fi reînnoite la expirarea duratei de protecție juridică.

Mărcile pot deveni unele dintre cele mai prețioase bunuri ale unei companii. Aceste adevăruri sunt accentuate și de Oficiile de brevete și/sau mărci.

**OSIM:** *“Marca înregistrată devine element activ, care se poate comercializa.”*

**Durata protecției mărcii este de 10 ani**, înregistrarea mărcii putând fi reînnoită la împlinirea fiecărui termen de 10 ani, la cererea titularului, cu plata taxei prevăzute de lege.

SURSA: [www.osim.ro](http://www.osim.ro) → mărci și indicații geografice → informații utile privind înregistrarea unei mărci → de ce trebuie să înregistrăm o marcă.

*“A trade mark can become one of the most important assets of a company.”*  
[*“O marcă poate deveni unul dintre cele mai importante active ale unei companii.”*]

SURSA: [oami.europa.eu](http://oami.europa.eu)

The Office of Harmonization for the Internal Market (**OHIM**) registers the Community Trade Mark in the European Union.

DEUTCHES PATENT- und MARKENAMT: *“A strong trade mark is a valuable asset.”* [*“O marcă puternică este un bun prețios.”*]

SURSA: [www.dpma.de](http://www.dpma.de)

Markenschutz für Ihre Produkte und Dienstleistungen [*Trade mark protection for your products and services*].

## Evoluția și modernizarea mărcii “CEC”

*Casa de Economii și Consemnațiuni* (CEC) a fost înființată de Domnitorul ALEXANDRU IOAN CUZA în anul 1864. De-a lungul anilor a avut mai multe denumiri: **Casa de Depuneri și Consemnațiuni** - 1864 -1880, **Casa de Depuneri, Consemnațiuni și Economie** - 1881-1930.

În anul 1930 s-a împărțit în **Casa de Depuneri și Consemnațiuni** și **Casa Națională de Economii și Cecuri Poștale Casa**, aceasta din urmă având sigla CEC.



Marca CEC veche. Ultima înregistrare, din 24 iulie 1985. Grafică “încărcată”. Tristă și neagră.



Marca CEC din 4 ian. 2006. Culori: cărămiziu, galben, negru. Prea “didactică”: o monedă economisită într-o pușculiță “casa”, dar mai vie și mai frumoasă.

După transformarea CEC în bancă, prin RE-BRANDUIREA din anul 2007, CEC Bank are succes.

Cuvântul RE-BRANDUIRE nu există în DEX - dicționarul explicativ al limbii române, dar este folosit.



Noua marcă este complet modificată, în culori "ecologice", are ca element figurativ "frunza de stejar", care sugerează tărie și siguranță ("din stejar, stejar răsare").

Actualul Palat CEC, de pe Calea Victoriei, din București, a fost construit în 1900, după documentația concepută de arhitectul francez Paul GOTTEREAU.

Exemplu de marcă străină figurativă (LOGO) optimizată:  
ÎMBUNĂTĂȚIRE. OPTIMIZARE - MODERNIZARE

Exemplificăm cu fosta marcă **GOLDSTAR**, foarte cunoscută în România după Revoluția din Decembrie 1989, devenită acum tot o cunoscută marcă în România, "**LG - Life's Good**".



Lucky Chemical (est. 1947)



Goldstar (est. 1958)



LG (1995)

Compania GOLDSTAR a fost fondată în anul 1958, în Seul - Coreea de Sud, și producea aparate de radio, televizoare, frigidere, mașini de spălat și aparate de aer condiționat.

Consortiul LG GROUP s-a format prin unirea a două companii sud-coreene, LUCKY și GOLDSTAR, de la care provine sigla LG.

Înainte de schimbarea numelui companiei în LG, produsele electronice se vindeau sub marca GOLDSTAR, celelalte produse, sub marca LUCKY.



RE-BRANDUIREA companiei pe baza mărcii figurative LG (logo)



ÎMBUNĂTĂȚIREA MĂRCII



OPTIMIZARE - MODERNIZARE

Sloganul LIFE's GOOD i-a mărit distinctivitatea și frumusețea.

Modernizarea a două mărci **DACIA**, proprietar AUTOMOBILE DACIA S.A., înregistrate internațional:



Marca DACIA, MI 868007, din 5 ian. 2005.  
Clase Nisa: 12, 36, 37, 39



Marca DACIA, MI 1008034, din 10 apr. 2009.  
Clase Nisa: 12, 35, 36, 37, 39

Evoluția mărcilor DACIA

În cei 40 de ani de activitate, uzinele DACIA, actuala S.C. AUTOMOBILE DACIA S.A., și-au perfecționat și modernizat marca.



Anul 1968



Anul 1980



Dacia, anul 1995



Anul 2001



Anul 2003



Anul 2008



## Evoluția mărcilor ANA ASLAN

**Ana ASLAN** (1897, Brăila - 1988, București) a fost medic în gerontologie, academician, inventator, Director al Institutului Național de Geriatrie și Gerontologie, București (1958 - 1988).

A descoperit importanța procainei în ameliorarea tulburărilor distrofice legate de vârstă și a inventat medicamentul GEROVITAL.



Anul 1958



Anul 1962



Cluj Cosmetice, anul 1966



Afecțiuni degenerative, anul 1972



Marca din 1992



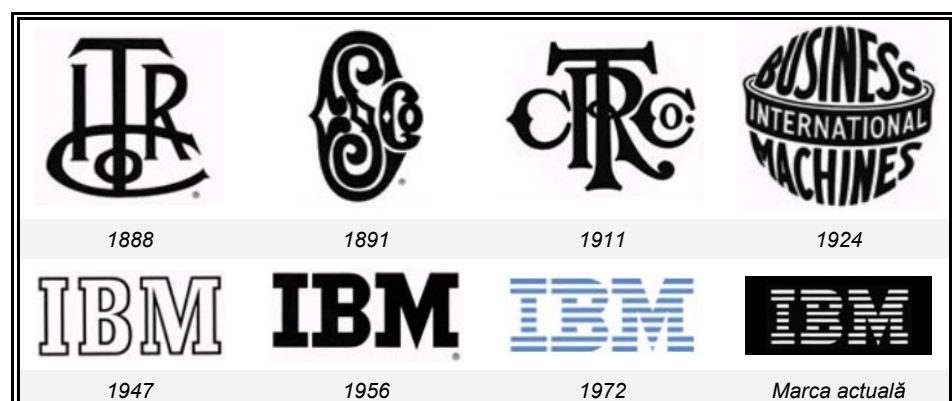
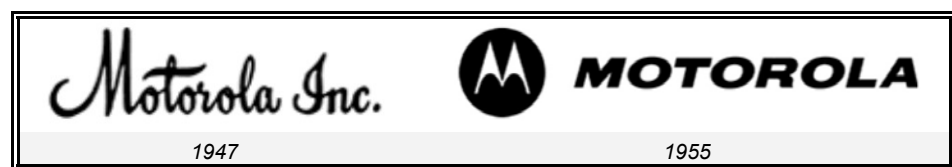
Marca din 2003

## Aslan Midlife Power

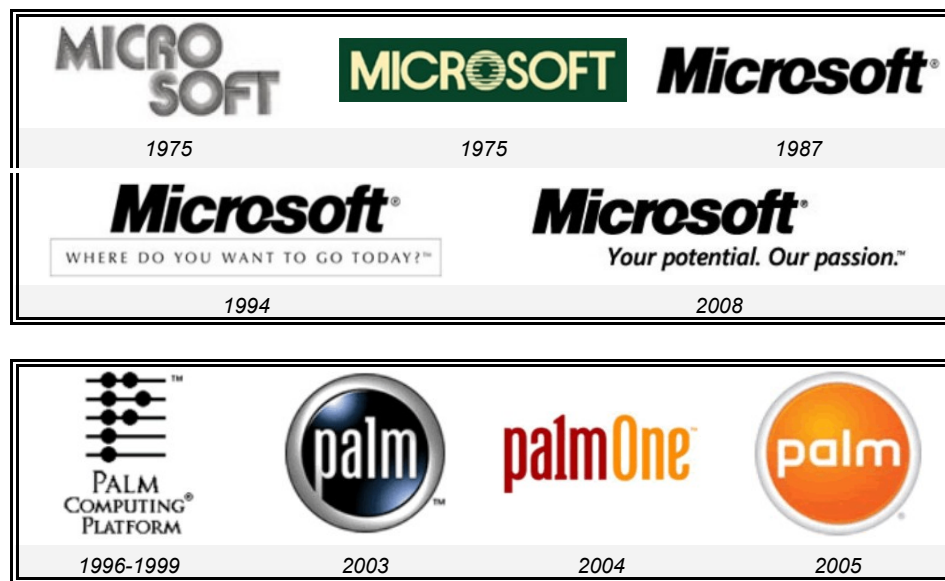
Marca din 1998

Tratamentul cu GEROVITAL a fost urmat de mari personalități: Iosip Broz TITO, Președintele Iugoslaviei, Charles de GAULLE - Președintele Franței, J.F. KENNEDY - Președintele SUA, Indira GANDHI - Prim-Ministrul Indiei, Imelda MARCOS - Președintele Filipine, actorii Marlene DIETRICH, Charlie CHAPLIN, Kirk DOUGLAS, pictorul Salvador DALI.

Evoluția altor mărci celebre







### Câteva concluzii ale celor doi autori

1. Din exemplele prezentate mai sus se poate vedea că marii proprietari de mărci (ne place să spunem "lumea bună") optimizează, modernizează sau înnoiesc mărcile lor.

2. În cazurile de "re-branduire", aceste operații se fac sigur.

3. Credem că în crearea și recrearea mărcilor trebuie să avem în vedere (și la vedere) ideea călăuzitoare, deviza OMPI: "**SĂ ÎNCURAJĂM CREATIVITATEA ȘI INOVAREA**"



### REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Yolanda EMINESCU, *Proprietatea industrială. II. Mărci*. Editura Academiei, București, 1983.
2. Emanuel HOLBAN, *Legea mărcilor de fabrică, de comerț și de serviciu*, ed. a 2-a, Editura științifică, București, 1972.
3. Ștefan COCOȘ, *7 pași pentru depunerea cererii de înregistrare a unei mărci comunitare*, Editura OSIM, București, 2008.
4. Constantin TURCANU, *Marca de produse și servicii*, Matrix Rom, București, 2008.
5. Petru COSTINESCU, *Marca modernă - un simbol*, Cotidianul, anul I, nr. 23, 11 iunie 1991.
6. Ruxandra LAZĂR, Petru COSTINESCU, *România - a VIII-a țară din lume care a adoptat o Lege a mărcilor (130 de ani de la prima Lege a mărcilor în România)*.
7. John D. OATHOUT, *Trademarks. A guide to the selection, administration and protection of trademarks in modern business practice*, Charles Scribner's Sons, New York, 1981.
8. Petru COSTINESCU, Nicolae MIHĂILESCU, Mihai OLTENEANU, *Inventatori români [mărcile ASLAN, EDELEANU]*, Editura OSIM-AGIR, București, 1999.
9. [www.osim.ro](http://www.osim.ro) = OSIM - Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci
10. [oami.europa.eu](http://oami.europa.eu) = OHIM - The Office of Harmonization for the Internal Market
11. [www.wipo.int](http://www.wipo.int) = WIPO - World Intellectual Property Organization