

5 INOVAREA ȘI TRANSFERUL TEHNOLOGIC

- **Valorificarea drepturilor de proprietate industrială**
- **Modalități de valorificare a invențiilor**
- **Transferul tehnologic**

5.1. VALORIFICAREA DREPTURILOR DE PROPRIETATE INDUSTRIALĂ

Așa cum rezultă din sistemul brevetelor de invenție, a mărcilor industriale și de comerț, sau design-ului drepturile de *proprietate industrială* (PI), par să joace un simplu rol economic, asigurând titularilor stimulentele necesare, prin acordarea unui monopol și, deci, împiedicarea sau cel puțin limitarea reproducerilor. Totuși, în timp ce rolul acestor drepturi în creșterea valorii capitalului industrial este într-adevăr important, un rol strategic mai puțin perceptibil al acestor drepturi în dezvoltarea cooperării între potențialii competitori este la fel de important pentru avantajul competitiv (poziția pe care o deține o firmă în raport cu potențialii concurenți). Principala provocare pentru un întreprinzător, presupunând care are un potențial inventiv dar fără experiență și posibilități de valorificare pe o piață competitivă, este traducerea acestor drepturi în rezultate economice, cu alte cuvinte, comercializarea lor.

Cooperarea strategică prin alianță sau prin fuziune, pe calea licențelor de exploatare, cu competitori consacrați, asigură valorificarea drepturilor de PI într-un cadru competitiv, la costuri minime pentru întreprinzători. De exemplu, mai multe invenții din domeniul biotehnologiilor sunt comercializate, în acest mod, prin intermediul unor firme de renume.

Când trebuie să intre în competiție un întreprinzător, deținător de drepturi de PI, cu o firmă deja existentă pe piață și când trebuie să negocieze o cooperare cu firma respectivă, comercializarea drepturilor depinde de soliditatea și eficiența acestor drepturi. Dacă ele sunt valide și aplicabile, întreprinzătorul este capabil să contacteze parteneri pentru a lansa produsul nou pe piață în condiții de eficiență maximă. Dacă acestea sunt slabe și nu sunt aplicabile, întreprinzătorul riscă să fie lipsit de principalul atu: dezvăluirea invenției, necesară pentru convenirea unei înțelegeri cu partenerul, care poate submina puterea lor de negociere.

Limbajul specific al legislației privind dreptul de PI (activitate inventivă, distinctivă, contrafacere, cesiune) poate fi un impediment pentru întreprinzători. Acesta este apanajul avocaților și consilierilor în PI, de aceea, prezența și serviciile de consultanță oferite de aceștia pot constitui un ajutor însemnat.

În ceea ce privește felul în care sunt administrate drepturile de PI, în cadrul unei companii, este necesar ca acestea să fie în atenția conducerii firmei, deoarece succesul valorificării lor cere mai mult decât o simplă cunoaștere a pieței și a legilor care guvernează. Succesul valorificării drepturilor de PI cere o înțelegere a strategiei companiei, a problemelor ce se manifestă la nivel micro și macroeconomic.

Strategia întreprinderii redă direcția întreprinderii pe termen lung și precizează obiectivele în mod calitativ. De obicei strategia de bază a întreprinderii conține următoarele teme:

- obiectivul, misiunea întreprinderii;
- responsabilitatea față de societate, angajați și acționari;
- poziția pe piață;
- modalități agreeate și principii de finanțare;
- relațiile cu furnizorii și clienții și întreținerea lor;
- politica și cultura internă a personalului;
- comportamentul față de concurenți.

Obiectivele sunt definite pe durată lungă, medie și scurtă. Ele transpun strategia în valori măsurabile, care pot fi atinse operativ. Termenii imagine/strategie/obiectiv se întretaie pe niveluri multiple și de aceea este greu să vorbim despre o diferențiere clară între acestea. Reprezentarea din figura 5.1. clarifică acești termeni. Plecând de la situația actuală a întreprinderii se dezvoltă strategii care deschid, respectiv fac posibil drumul spre viziunea pe termen lung. În direcția acestei strategii se stabilesc indicatorii și obiectivele măsurabile. Imaginea folosește ca ghid strategic pentru acțiunile viitoare ale firmei.

Viziunea reprezintă, din punct de vedere calitativ, farul în viitorul îndepărtat. Câteva exemplificări pot fi făcute:

- Noi vrem să fim numărul unu în lume, în domeniul roboților de precizie.
- Vrem să punem bariere înalte la intrarea pe piață, pentru concurență.
- Dezvoltările noi se vor realiza prin finanțare proprie.
- Vizăm o rentabilitate de ...%.
- Angajații noștri trebuie să primească un mediu motivat, axat pe o angajare pe termen lung.

Sigura abordare viabilă pentru companie în administrarea acestor drepturi este cea activă, prin identificarea potențialelor drepturi, constituirea unui portofoliu (brevete de invenție, mărci, design) și valorificarea lor eficientă (licență, cesiune, fuziune), în conformitate cu obiectivele strategice ale companiei.

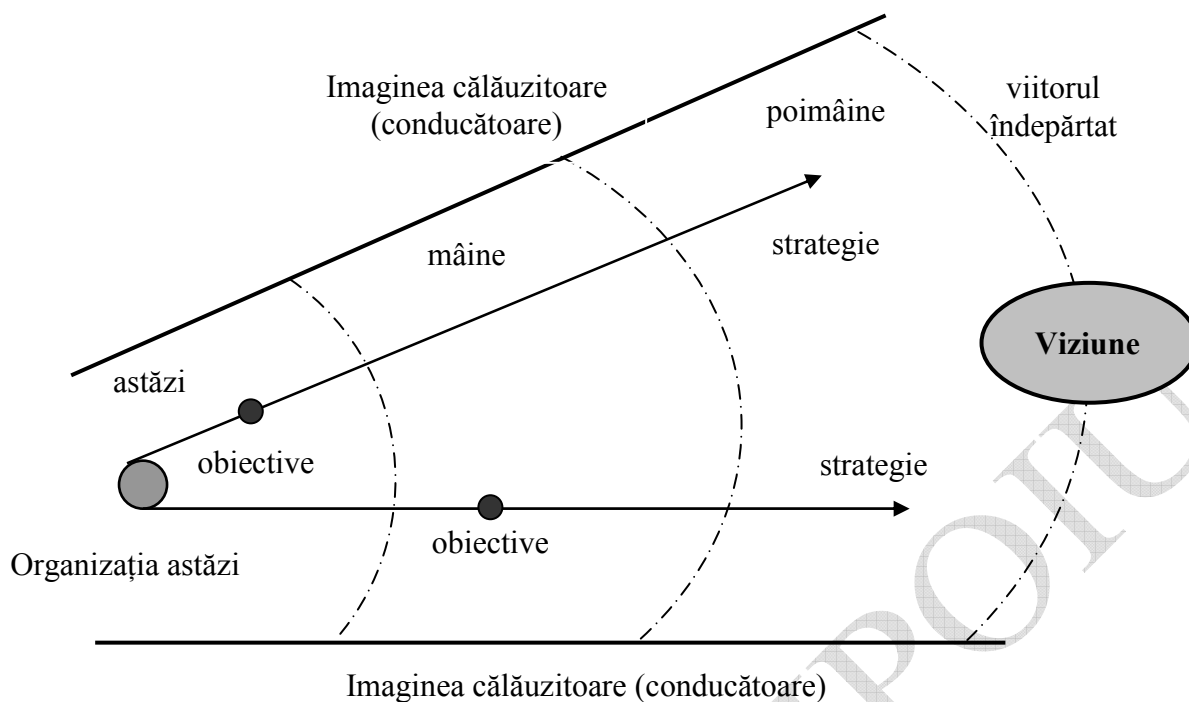


Fig.5.1. Imaginea, strategia și obiectivele organizației

Se poate spune că o strategie a PI bine conexată cu strategia de afaceri înseamnă, de fapt, capacitatea de a strânge ideile noi ce apar în companie. Sistemul antreprenorial de management privind inovarea poate constitui suportul unei strategii de management a PI dacă:

- eforturile de inovare plasează afacerea companiei în centru, situație în care sunt corelate cerințele afacerii și capacitatea de a crea proprietate industrială valoroasă;
- are loc identificarea clienților țintă, iar în interiorul companiei se comunică nevoile acestora, apoi inovarea este dirijată în piață (este tradusă în planuri de producție, dezvoltare, planuri de cercetare și per ansamblu în strategie de PI);
- resursele acordate sunt în concordanță cu strategia de afaceri a companiei, bugetul putând fi alocat pentru cât mai multe produse noi, atât pentru producția curentă cât și pentru licențierea acestora;
- managementul privind inovarea este complet – în sensul că toate celelalte produse care fac obiectul PI pentru care nu s-a solicitat protecție sau pentru care nu s-a obținut încă protecție pot fi administrate totuși sub formă de secrete profesionale;
- de asemenea, pot fi luate în considerație și forme adiționale de protecție – mărci pentru identificarea sursei sau conceperea și dezvoltarea unui brand.

Expresia „*competențe de bază*” folosită des în zilele noastre, reprezintă concentrări ale acestor *însușiri* separate, prin care o întreprindere se diferențiază de alte întreprinderi și asigură performanță proprie. Orice întreprindere inovativă are un potențial bine definit, deține un număr mare de capacități/caracteristici care, însumate, fac posibilă obținerea performanței cerute. O structurare a acestui potențial, pe de-o

parte pe departamente ale firmei și pe de altă parte în *grupe de mijloace*, duc la structura prezentată succint în tabelul nr.5.1.

Tabel 5.1. *Factorii de competență ai întreprinderii*

| Mijloace de lucru | Departamentul firmei | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|--|---|
| | Concepție | Aprovizionare | Tehnologic | Desfacere | Financiar |
| Personal | Ingineri de concepție Ingineri tehnologi Proiectanți | Personal specializat | Personal specializat Personal ajutor | Specialiști în marketing Personal pentru desfacere | Economiști Ingineri economiști |
| Mijloace fizice | Dotări laboratoare Mijloace informatice CAD, CAE, CAM | Mijloace de transport Mijloace informatice Depozit | Clădiri Utilaje Mașini unelte Scule Dispozitive Verificatoare | Reprezentanțe Filiale Mijloace de prezentare Vehicule Mijloace informatice | Mijloace informatice |
| Know-How (Cunoștințe la zi) | Experiență Cunoștințe de bază Cunoștințe tehnologice Brevete | Experiență Relații cu furnizorii Contracte Condiții de achiziție | Cunoștințe specifice de tehnologie Experiență Organizare | Reclamă Experiență Relații cu clienții Organizare Condiții de livrare | Relații cu băncile Finanțare pe termen scurt |

Recunoașterea competențelor de bază folosește la conștientizarea punctelor forte ale întreprinderii și la concentrarea (convergența) acestora. Astfel, dezvoltările de produs sunt ghidate în acele direcții care extind și întăresc punctele forte existente.

Este iresponsabil să formulăm obiective neobișnuite, care se situează dincolo de orice posibilitate de realizare datorită performanței (capacității) întreprinderii. Golurile între aprecierea performanței întreprinderii și obiectivele dezvoltării de produs, trebuie să se regăsească cel puțin în cerințele descrise mai târziu, în acest caz – în cerințele către conducerea firmei, respectiv în inovația conducerii și a procedurilor.

Pentru stabilirea competențelor de bază ale firmei, trebuie desfășurate activități în echipe de lucru. Trebuie avut grijă ca focalizarea însușirilor să nu fie făcută nici prea fin, nici prea general. Competențele de bază au următoarele însușiri:

- a nu fi ușor imitabile;
- a se diferenția de concurență;
- a aduce performanțe concrete pe piață;
- a avea potențial deschis pentru dezvoltări ulterioare;
- a fi generate într-un proces de învățământ colectiv, pe termen lung în cadrul întreprinderii.

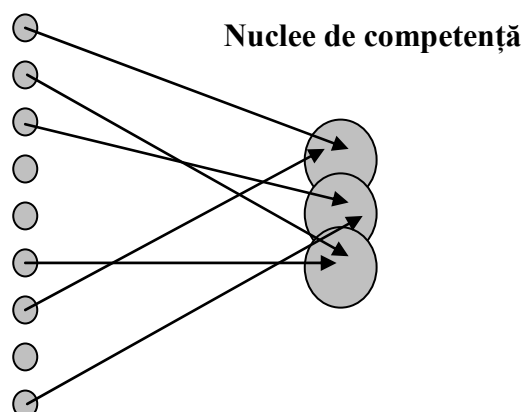
Factorii de competență

Fig.5.2. Convergența factorilor de competență ai întreprinderii

Nu vom aprofunda acum strategia firmei și tematica competenței de bază, pentru ca acestea reprezintă doar un context în problematica noastră a dezvoltării de produs. Importanța lor trebuie totuși accentuată, deoarece obiectivele pe termen scurt și lung trebuie, după cum am menționat, să se afle în echilibru pentru a garanta potențialul succesului.

Conexiunile dintre aceste elemente aflate în continuă schimbare, interdependența dintre aceste capitaluri și produsele la care se referă, activitățile de marketing, know-how și de comercializare conduc la o sincronizare în timp real.

5.2. MODALITĂȚI DE VALORIFICARE A INVENȚIILOR

Pentru realizarea unei inovări de succes este necesară transformarea noilor cunoștințe dobândite prin forțe proprii sau achiziționate într-o creștere economică, ceea ce presupune dezvoltarea de activități de valorificare și comercializare a noilor cunoștințe științifice, tehnologice, funcționale, organizatorice, de afaceri. În acest fel se realizează o oportunitate pentru crearea de noi beneficii, prin implementarea rezultatului unui proces de creștere a valorii intelectuale adăugate. Valoarea intelectuală adăugată este dată tocmai de drepturile de PI dobândite și protejate în cel mai adecvat mod posibil, de către generatorul de rezultate în domeniul cercetării – dezvoltării. De aceea este extrem de important ca procesul de inovare să fie însoțit de o protecție puternică, eficientă și extinsă, a tuturor elementelor de PI implicate în proces. Odată protejat dreptul de PI acesta este aducător de beneficii pentru firmă dacă este promovat și făcut cunoscut în mediul de afaceri. Valorificarea invențiilor obținute prin activități de cercetare – dezvoltare se poate realiza prin:

- Participarea la diferite manifestări tehnico – economice de promovare a activității de cercetare – dezvoltare și de producției din cadrul firmei:
 - saloane naționale și internaționale de invenții,

- târguri și expoziții de bunuri de larg consum și produse industriale,
- expoziții specializate pe domenii tehnice;
- Publicarea invenției în conformitate cu procedura de publicare a cererii de brevet în Buletin oficial de proprietate industrială;
- Obținerea protecției pe teritoriile țărilor în care se dorește să se valorifice invenția, cunoscut fiind interesul diverselor firme din acele țări pentru brevetul de invenție respectiv.
- Publicarea unor informații tehnico – economice în legătură cu invenția, prin intermediul mass-media:
 - reviste ale asociațiilor de inventatori,
 - publicații periodice de specialitate,
 - reclame în publicații cu caracter tehnic, economic sau comercial;
- Bursa invențiilor ca organism independent, existent în unele țări, constituie un mijloc eficient de valorificare. Aceasta funcționează după regulile generale ale bursei de mărfuri, de exemplu.
- Promovarea invențiilor în cadrul unor emisiuni locale sau naționale, TV sau radio.
- Prin internet folosind motoare de căutare a brevetelor de invenție după diverse criterii – cale de informare cu adevărat explozivă, modernă, avantajoasă, rapidă.

Trebuie menționat faptul că publicarea unor informații asupra soluției tehnice, anterior depunerii cererii la oficiul de invenții, poate fi distrugătoare de noutate și poate anula șansa obținerii unui titlu de protecție, care este brevetul de invenție.

5.3. TRANSFERUL TEHNOLOGIC

5.3.1. Transmiterea drepturilor de PI și transferul tehnologic

Inovarea este un proces generat printr-un proces de cercetare – dezvoltare proprie sau printr-un transfer tehnologic dintr-o altă sursă (firmă/țară), sub diverse forme: import, licență, know-how, utilaje, constituirea de societăți mixte cu caracter național sau multinațional, cooperarea în domeniul cercetării, asigurarea unei mobilități a cercetătorilor, transfer gratuit, etc.

Transferul tehnologic are loc, în general, printr-o relație juridică – acord sau contract de transfer tehnologic – prin care proprietarul unei tehnologii, de regulă protejate printr-unul sau mai multe drepturi de proprietate intelectuală, în particular,

brevet de invenție, sau al unui know-how vinde tehnologia sau acordă licență de utilizare a respectivei tehnologii unei alte persoane fizice sau juridice.

Legislația de PI (Legea 64/1991 privind brevetele de invenție, Legea 350/2007 privind modelele de utilitate, Legea 129/1992 privind desene și modelele, Legea 84/1996 privind mărcile și indicațiile geografice) cuprind capitole speciale dedicate transiterii de drepturi. Astfel, se prevede faptul că drepturile care decurgând din brevet, marcă, design etc. sunt transmise prin licență – exclusivă sau neexclusivă – sau cesiune, ori prin succesiune legală sau testamentară.

Transferul tehnologic se poate realiza între diverși parteneri pe mai multe căi, cele mai utilizate fiind cele precizate mai jos:

- de la unitățile specializate de cercetare – dezvoltare – inovare (instituții de cercetare științifică, universități) către organizații economice productive;
- de la centre specializate de difuzare a tehnologiilor (asociații de inventatori, centre de inovare și transfer tehnologic, centre de consultanță) către întreprinzători;
- în parcuri tehnologice;
- între întreprinderi, dintre care: fie una este generatoare de tehnologie, iar celelalte (una sau mai multe) sunt primitoare de tehnologie, fie ambii parteneri de transfer sunt generatori de tehnologie și se efectuează un schimb echivalent de tehnologii.

În fiecare dintre situații, drepturile de PI încorporate în tehnologia transferată constituie esența afacerilor în domeniul tehnologiei. Natura intangibilă a drepturilor de PI și valoarea lor importantă ridică probleme speciale și necesită o atenție sporită.

În timp ce tehnologia are un sens larg și acoperă multe domenii variate, valoarea inerentă a tehnologiei poate, în general, să fie protejată în mod esențial, prin suma drepturilor de PI care o definesc.

Un prim aspect care trebuie luat în considerare este acela al protejării drepturilor de PI. Acestea pot, ca ulterior, să facă obiectul transferului care este dat de soluția tehnică ce poate constitui obiectul uneia sau mai multor invenții de natură tehnologică specială, inclusiv acelea care au ca obiect procese de fabricație, protejate prin brevete de invenție sau prin modele de utilitate înregistrate. În al doilea rând, trebuie avut în vedere posibilul design al noului produs inovativ, al serviciului sau al prezentării, care poate fi asociat soluției dezvoltate și care poate fi protejat. De asemenea, trebuie avut în vedere softul de aplicație, dezvoltat în implementarea procesului de fabricație, de conducere a proceselor tehnologice etc., care poate face obiectul dreptului de autor și/sau a unuia sau mai multor brevete de invenție. Categoriile de drepturi de PI implicate în tehnologia dezvoltată, privite din punct de vedere strict tehnic, includ, pe lângă cele menționate și informații confidențiale, secrete comerciale, know-how-ul etc..

Al doilea aspect al drepturilor de PI se referă în principal la reputația unei afaceri în care este implicată tehnologia dezvoltată, prin care afacerea poate asigura avantajul competitiv al inovării, și mai puțin la soluția tehnică exprimată în general prin brevetul de invenție. Drepturile de PI aplicabile în acest caz fac în general obiectul legii mărcilor și, într-o mai mică măsură legii dreptului de autor. De exemplu, o firmă reputată în domeniul tehnologiei informației, care și-a protejat una sau mai multe mărci atât pentru produse (hardware), cât și pentru servicii de training și consultanță, ar putea ceda activitățile de servicii, inclusiv know-how-ul corespunzător, unei alte firme. În acest caz cedarea implică transferul mărcii sau mărcilor pentru clasele de servicii care definesc transferul.

5.3.2. Pașii de bază ai transferului tehnologic

Transferul tehnologic realizat în condiții optime se desfășoară în următorii pași procedurali prezentați schematic în figura 5.3:

1. Definirea problemei de rezolvat prin transferul tehnologic

Domeniul sau sectoarele în care se va implementa noua tehnologie vor fi identificate în mod precis, pe baza unor studii sau analize tehnice și economice complexe și, în urma estimării costului tehnologiei trebuie să fie create fondurile de investiții necesare.

De asemenea, trebuie clarificate și aspecte cu privire la: identificarea a ceea ce nu funcționează la parametrii proiectați sau potențiali; parametrii tehnici, economici, funcționali care trebuie îmbunătățiți; clarificarea scopurilor și performanțelor vizate.

2. Definirea obiectivului

Se pot lua în calcul următoarele aspecte: perfecționarea unei tehnologii de producție ori a unor metode și tehnici de fabricație depășite, care nu poate fi realizată prin forțe proprii, iar păstrarea tehnologiei vechi ar crea serioase probleme în menținerea firmei în competiția de piață; lărgirea obiectului de activitate al firmei; re tehnologizarea și modernizarea producției, pentru a aduce firma la un nivel tehnologic ridicat; crearea unui sistem organizațional, informațional și de management; eficientizarea generală a activității firmei.

3. Alegerea furnizorului

Procesul de selecție trebuie să se realizeze pe baza următoarelor considerente:

- firma furnizoare trebuie să fie cea mai competentă în îndeplinirea obiectivului stabilit, pentru realizarea transferului tehnologic;

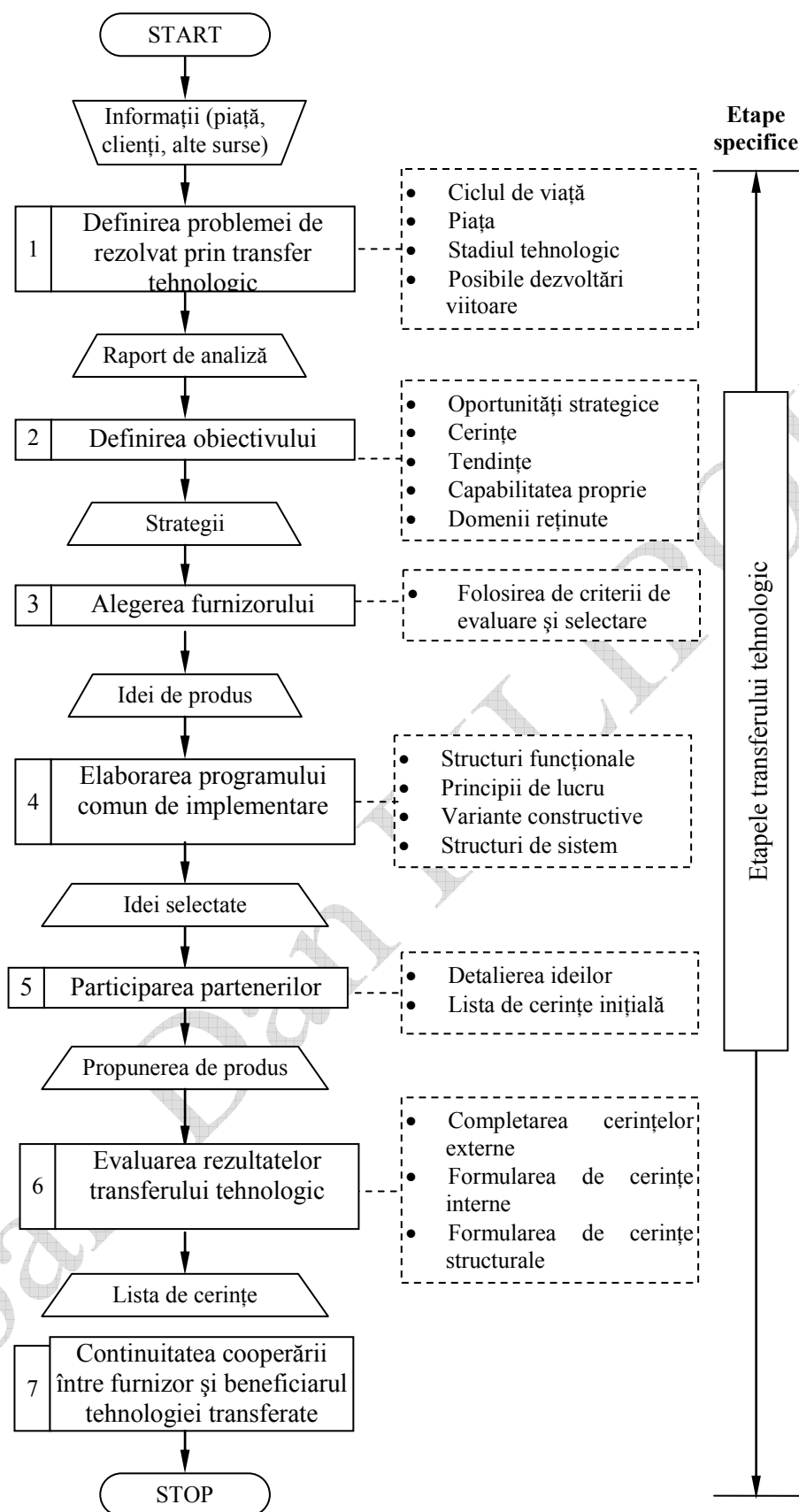


Fig. 5.3. Pașii de bază specifici transferului tehnologic

- selectarea acelor procedee, metode, tehnici, tehnologii, mașini și utilaje care se încadrează optim în realizarea obiectivelor stabilite și în satisfacerea intereselor firmei;
- formularea unor clauze contractuale clare, cuprinzătoare și bine întemeiate din punct de vedere juridic.

4. Elaborarea programului comun de implementare

În cadrul programului trebuie definite următoarele obligații și responsabilități ale părților contractante alocarea exactă a responsabilităților, derularea exactă a cooperării între reprezentanții furnizorului și cei ai beneficiarului, aspecte de detaliu privind implementarea noii tehnologii în structura firmei

5. Participarea partenerilor

Managementul pro – activ al ambilor parteneri este hotărâtor în determinarea modalităților prin care sunt transferate, respectiv, preluate noile procedee, tehnici, cunoștințe sau tehnologii.

6. Evaluarea rezultatelor transferului tehnologic

Se face pe baza unei analize care trebuie să definească exact aspecte cum ar fi: stadiul implementării tehnologiei și obiectivului propus prin transfer, schimbările aduse structurii firmei beneficiare, costurile retehnologizării

7. Continuitatea cooperării între furnizorul și beneficiarul tehnologiei transferate

Contractul de transfer tehnologic trebuie să permită continuarea cooperării între părți, prin intermediul unor contracte de service sau de consultanță, îndeosebi în primii ani de implementare a tehnologiei.

5.3.3. Modalități de realizare a transferului tehnologic

Dintre cele mai importante modalități formale de realizarea transferului tehnologic, putem enumera:

- Contractele de cesiune parțială sau totală;
- Contractele de licență;
- Contractele de furnizare de know-how;
- Contractele de franciză;
- Contractele de joint – venture;

- Contractele de vânzare și import de bunuri de capital;
- Contractele de consultanță;
- Contractele de proiect la cheie.

1. Contractele de cesiune parțială sau totală

Contractul de cesiune este un acord care are ca obiect vânzarea de către proprietar (numit „cesionar”) a unei părți sau a tuturor drepturilor exclusive ale invenției brevetate, ori altor drepturi de PI, și achiziționarea acestor drepturi de către o altă persoană fizică sau juridică (numită „cedent”). De exemplu, în cadrul unei cesiuni parțiale de brevet, un titular de brevet cedează tehnologia de fabricație, dar își menține dreptul de utilizare și vânzare a produsului rezultat ca urmare a aplicării tehnologiei brevetate. Conceptul de cesiune este recunoscut în legislațiile celor mai multe state.

2. Contractele de licență

Contractul de licență este o înțelegere scrisă între două părți, prin care una, numită titular (care este, de regulă, dezvoltatorul tehnologiei), se angajează ca, în schimbul unei taxe (numită „taxă de licență”), să-i cedeze celeilalte părți, numită ‘beneficiar’, dreptul de a folosi, de exemplu:

- obiectul unuia sau mai multor brevete de invenție având ca titular dezvoltatorul tehnologiei;
- procedee tehnice și administrative;
- documentații tehnice;
- scheme operatorii de producție;
- metode de exploatare a mașinilor;
- metode de tratare a produselor;
- mărci de produse și de servicii înregistrate, având ca titular dezvoltatorul tehnologiei;
- designul înregistrat având ca obiect aspectul unor produse oferite în cadrul licenței.

Licența privind brevetul de invenție are la bază permisiunea acordată de către proprietarul unei invenții brevetate unei alte persoane sau entități legale de a efectua, în țară și pe durata drepturilor brevetului, unul sau mai multe “acte” ce constituie drepturile exclusive ale invenției brevetate în acea țară.

Licența este de obicei acordată licențiatului în anumite condiții, care sunt stabilite printr-un document scris, numit Contract sau Acord de licență. Pentru a obține licența, licențiatul va trebui în mod clar să respecte niște condiții tehnice, administrative, cu privire la plată sau la alte considerente. O altă condiție este ca invenția să fie utilizată de către licențiat doar pentru fabricarea produselor destinate unui scop specific, cum ar fi, de exemplu, fabricarea unui produs farmaceutic exclusiv pentru uz uman. De asemenea,

licențiatul poate primi permisiunea de a utiliza invenția doar în anumite fabrici sau de a vinde produsul care încorporează invenția doar în anumite arii geografice.

În anumite țări, inclusiv în România, legea brevetului prevede înregistrarea contractelor de licență la Oficiul de brevete. Prin actul înregistrării, Guvernul recunoaște cesionarul sau licențiatul ca având calitatea de deținător al drepturilor transferate prin contractul de licență (sau cesiune) și care astfel devine opozabil terților numai începând cu data înregistrării.

Actul de licențiere aduce o serie de avantaje părților implicate:

1. pentru licențiator:

- avantaj financiar
- licențierea poate fi o cale de penetrare pe o piață la care nu are acces
- licențierea poate fi o cale de satisfacere a nevoilor pieței atunci când propria capacitate de producție este insuficientă și nu există intenția sau posibilitatea de noi investiții pentru dezvoltarea capacității productive
- licențiatorul poate dispune de o tehnologie a cărei piață este relativ mică și nu se justifică eforturi de investiție
- o licență poate fi oferită unei firme satelit, cu scopul de a-i crește prestigiul pe piață, în vederea vânzării de ulterioare
- o licență poate fi vândută pentru a primi în schimb altă licență ce nu se poate obține decât la schimb
- licențiatorul este titularul unui brevet de invenție, dar nu dispune nici de experiență, nici de mijloace tehnice și financiare pentru a o implementa în producție, în regie proprie

2. pentru licențiat:

- produse proprii sunt uzate moral și nu mai au desfacere pe piață
- licențiatul are un surplus de capacitate de producție, nepus în valoare și are intenția să își diversifice producția
- pentru licențiat, este mai economic să cumpere experiență tehnică sau prestigiu comercial decât să le obțină prin forțe proprii
- licențiatul dorește să obțină tehnologie modernă sau dreptul de a dezvolta o serie de produse care includ detalii tehnice protejate printr-un titlu de proprietate industrială
- licențiatul dorește accesul pe o anumită piață folosindu-se de renumele și reputația licențiatorului
- licențierea asigură flexibilitatea fluxului tehnologic prin diversificarea rapidă a producției (scurtcircuitarea fazei de cercetare – dezvoltare din ciclul de viață a unui produs) și reduce riscul pe piață (se elimină testările și omologările)

Redevențele ce i se cuvin licențiatorului sunt drepturi bănești, dimensionate funcție de valoarea invenției, valoare apreciată de ambele părți de comun acord. Subevaluarea îl poate pune pe titular într-o poziție defavorabilă, sau invenția ar putea fi pe nedrept catalogată ca neinteresată și lipsită de perspectivă determinând abandonarea ei.

Supraevaluarea, deși tentantă pentru titular este tot atât de periculoasă prin eșecurile pe care le-ar determina prin refuzul de a mai fi contractată de partenerul dispus să o realizeze și exploateze cât și prin consecințele pe care le-ar putea antrena într-o fază avansată a aplicării ei constatându-se o eficiență comercială sub cea estimată.

Iată de ce fiecare partener în procesul de negociere a unui contract de licență are interesul de a cunoaște valoarea invenției, pe cât posibil o valoare cât mai aproape de cea reală. Rezultă, astfel, necesitatea evaluării unei invenții ce se impune ca:

- bază a raporturilor dintre partenerii contractului de licență
- modalitate de a privi actul creator materializat printr-o invenție brevetată, doar ca o etapă a unui proces mai complex, de inovare.

Un sistem de evaluare corect elaborat și o strategie realistă de management al proprietății intelectuale pot asigura:

- creșterea șanselor de reușită a valorificării ideilor inovatoare
- accelerarea punerii în practică a acestora.

3. Contractele de furnizare de know-how

Contractul de know-how este contractul prin care una dintre părți, numită „furnizor”, transmite celeilalte părți, numită ‘beneficiar’, contra unei redevențe, cunoștințe tehnice nebrevetabile sau brevetabile, dar nebrevetate, necesare pentru fabricarea, funcționarea, întreținerea sau comercializarea unor mărfuri, ori pentru elaborarea și punerea în operă a unor tehnici sau procedee. Prevederi referitoare la furnizarea de know-how pot fi incluse într-un document diferit de un contract de licență, numit “contract de know-how”. Know-how-ul poate fi comunicat într-o formă tangibilă, prin documente, fotografii, planuri, schițe, medii de stocare pentru computere, microfilme etc. Exemple de know-how care poate fi transmis sub diferite forme se referă la planuri arhitecturale ale construcțiilor de fabrici, diagrame ale amplasării echipamentului în fabrică, desene sau schițe de mașini, manuale de instrucțiuni pentru operare a mașinilor sau de asamblare a componentelor, liste și specificații de noi materiale, metode de calculare a timpului de muncă a angajaților și a mașinilor, scheme ale procesului tehnologic, instrucțiuni de împachetare și stocare, rapoarte cu privire la stabilitate și aspecte de mediu înconjurător, fișele de post ale personalul tehnic și profesional.

Know-how-ul poate fi comunicat și într-o formă intangibilă. Un exemplu ar putea fi transmiterea de informații pe calea unui dialog, făcută între un inginer al furnizorului de know-how și un inginer al destinatarului, sau o demonstrație privind procesul de

producție, făcută unui inginer din industrie care asistă la producția de linie din întreprinderea furnizorului. În literatură această formă de comunicare a know-how-ului este încadrată în categoria de “servicii tehnice”.

De asemenea, instruirea personalului din fabrica destinatarului sau la întreprinderea furnizorului, realizată de către personal de specialitate, din partea furnizorului de know-how, s-ar putea încadra în această categorie. Această formă de furnizare se numește uneori “asistență tehnică”. În fine, sunt considerate “servicii de management” cele în care know-how-ul prezent în formă intangibilă se referă la operații de fabricație sau operații de planificare, marketing ori gestiunea financiară sau administrativă a personalului.

Posibilitatea ca know-how-ul comunicat de către furnizor destinatarului să fie dezvăluit, în mod accidental sau în alt fel, terților este o preocupare foarte importantă a furnizorului de know-how. Prevederile din contractul de furnizare de know-how vor avea în vedere diferite măsuri împotriva dezvăluirii de know-how persoanelor neautorizate.

4. Contractele de franciză

Franciza este un aranjament de afaceri între două părți care oferă și pun în comun elemente complementare și sinergice. Astfel, reputația, informațiile tehnice și experiența unei părți sunt combinate cu investițiile celeilalte părți, în scopul de a vinde bunuri sau de a presta servicii direct către consumatori. Punerea pe piață a acestor produse sau servicii se face prin asocierea lor unor mărci comerciale, nume comerciale sau unor design-uri protejate prin înregistrare, ori a unor drepturi de autor și drepturi conexe.

Transmiterea drepturilor cu privire la o astfel de marcă, nume comercial ori design este în mod normal combinată cu furnizarea de către proprietar a know-how-ului informații și servicii tehnice, asistență tehnică sau servicii de management cu privire la producție, comercializare, întreținere și administrare, ori cu furnizarea unor secrete comerciale.

Proprietarul unei astfel de mărci sau denumiri comerciale și know-how este denumit francizor sau licențiator, iar persoana căreia i se acordă licența și îi este furnizat know-how-ul este denumită francizat, distribuitor sau comerciant.

În consecință, aranjamentul de franciză se referă la un sistem complet ofertat, prin care francizorul îi permite francizatului – sau îi licențiază francizatului – exploatarea sa. Sistemul francizat este un „pachet” care cuprinde drepturi de proprietate intelectuală, respectiv, una sau mai multe mărci, nume comerciale, design industrial, invenții sau opere protejate prin drept de autor, împreună cu know-how-ul și secretele comerciale relevante, pentru a fi exploatate pentru vânzarea de bunuri sau furnizarea de servicii către utilizatori.

Francizatul poate deține activele sau poate contribui cu bani și timp, ca investiție în firma de afaceri. Celelalte aspecte cu privire la relația lor de afaceri, care includ împărțirea profiturilor francizei, vor fi convenite între francizor și francizat și vor fi enunțate într-un document scris sau act numit Contract de franciză.

Francizorul primește în mod evident, pentru serviciile oferite, un beneficiu financiar, de exemplu, proporțional cu numărul de pacienți tratați. În ansamblu, factorii ce caracterizează o relație de franciză sunt:

8. o licență de utilizare a sistemului;
9. o relație interactivă în derulare, ce presupune vânzări multiple ale produsului francizat pe o perioadă de timp în care francizorul oferă asistență continuă în definirea, mentenanței și promovarea produsului francizat;
10. dreptul francizorului de a prescrie modul de derulare a afacerii.

5. Contractele de joint – venture

Un contract de joint – venture este o formă de alianță între două companii diferite, pentru a combina, într-un mod specific, un anumit tip sau cantitate din resursele lor, pentru a fabrica, a produce sau a vinde un produs, sau a oferi un serviciu, și de a împărți într-un mod specific profitul ce rezultă și riscul ce ar putea apărea.

Acest tip de acord constituie cea mai completă formă a unui acord între companii prin faptul că el presupune crearea unei legături oficiale între companii, cu împărțirea informației comerciale pentru dezvoltarea unor noi tehnologii, procese și produse.

Există două tipuri fundamentale de acorduri de joint – venture: de echitate și contractual.

6. Contractele de vânzare și import de bunuri de capital

Transferul comercial și achiziționarea de tehnologie pot avea loc prin cumpărarea, vânzarea și importul de echipamente și alte bunuri de capital, cum ar fi utilaje și dispozitive necesare pentru fabricarea produselor sau aplicarea unui proces.

Deși existent într-o formă relativ primară, în care aportul de „cunoștințe” prin tranzacție este minim, este evident că vânzarea și achiziționarea de echipamente și bunuri de capital pot fi considerate modalități ale transferului tehnologic.

Bunurile de capital sunt însoțite de obicei de o documentație în care să figureze informații tehnice, cum ar fi manuale de instalare, operarea și întreținerea instalației sau a echipamentului, specificații de dimensiune, calitate, culoare, densitate și alte caracteristici ale materiei prime, sau instrucțiuni de asamblare a unor componente ale produsului. De asemenea, documentația va conține informații de bază cu privire la utilizarea bunurilor de capital.

Contractele de vânzare și cumpărare și importul bunurilor de capital sunt uneori asociate cu un contract de licență sau de know-how care include, în anumite cazuri, dispoziții cu privire la vânzarea, cumpărarea și importul bunurilor de capital.

7. Contractele de consultanță

Întreprinderile, entitățile și guvernele care doresc să achiziționeze o tehnologie de la întreprinderi din alte țări pot apela la ajutorul unui consultant individual sau la o firmă de consultanță care oferă sfaturi sau furnizează alte servicii de planificare și achiziție a unei tehnologii. Experiența dobândită și cunoștințele învățate prin angajarea și

colaborarea cu un consultant individual sau firmă de consultanță vor fi utile în scopul unei mai bune realizări a proiectelor de viitor.

Pot fi angajați unul sau mai mulți consultanți individuali sau firme de consultanță specializate pe un anumit tip de servicii, cum ar fi planificarea investițiilor, design și inginerie, impact asupra mediului, marketing sau organizare și management de afaceri. Într-un anumit sens, serviciile de consultanță reprezintă forme de know-how și, în acest fel, pot fi luate în considerare în cadrul contractului de know-how.

8. Contractele de proiect la cheie

Un proiect la cheie poate implica un acord de afaceri pentru transferul tehnologic și, implicit, metodele legale pe care acestea le reflectă, combinate în așa fel încât să se încredințeze planificarea, construcția și funcționarea unei întreprinderi unui singur furnizor de tehnologie, sau pentru un număr limitat de furnizori de tehnologie. În cadrul acestui acord, o parte se obligă să predea clientului său – destinatarul tehnologiei – o întreagă instalație industrială, capabilă să funcționeze în conformitate cu standardele de performanță convenite. Proiectul la cheie implică, de cele mai multe ori, asumarea responsabilității, de către una dintre părți, de a furniza clientului proiectul de execuție al instalației industriale, precum și informațiile tehnice pentru funcționarea acesteia.

Rezultatul final al proiectului la cheie reprezintă “transmiterea” către clienta cheii către „ușa” instalației industriale, care este o modalitate simbolică de exprimare a finalizării sarcinilor convenite între părți.