



Declaração de missão

A International Trademark Association (INTA) é uma associação global de profissionais e proprietários de marcas dedicada a apoiar marcas registadas e propriedades intelectuais (PI) relacionadas, aumentar a confiança dos consumidores, promover o crescimento económico e estimular a inovação.

Orientações estratégicas

Enquanto associação sem fins lucrativos, o papel da INTA consiste em servir os seus membros e a sociedade como uma defensora influente e confiável do valor económico e social das marcas. Para desempenhar este papel, a INTA irá focar-se nas seguintes orientações estratégicas:

I. Promover o valor das marcas registadas e das marcas

As marcas registadas e os direitos de PI relacionados são indicadores da origem e da qualidade dos bens e dos serviços. Como tal, representam os pilares das marcas. As marcas englobam a visão que estimula as estratégias da empresa, a sua cultura e o que tem para oferecer aos consumidores e à sociedade. As marcas são canais de confiança, ferramentas de marketing e ativos financeiros.

Proteção de marcas registadas e PI relacionada. As empresas e os consumidores precisam de leis rigorosas, mecanismos de proteção e de registo eficazes assim como registos e escritórios de PI bem treinados e equipados. Os membros da INTA continuam a privilegiar fatores como a consistência, a previsibilidade e procedimentos de registo financeiramente viáveis. A INTA irá reforçar a sua interação com as autoridades legislativas, promovendo a implementação de leis mais rigorosas assim como fornecer suporte aos registos e escritórios executivos, a fim de proporcionar às empresas e aos consumidores uma sólida estrutura de proteção das marcas registadas e direitos de PI relacionados.

Harmonização das leis e convergência das práticas. A INTA irá continuar a apoiar tratados internacionais bem como outras formas de legislação, regulamentação e harmonização de normas e práticas, permitindo assim um melhor e mais fácil acesso à proteção de direitos de PI e marcas registadas. A INTA atuará como facilitadora de boas práticas e como uma plataforma que promove a troca de ideias e soluções para garantir um ambiente legal mais consistente e seguro.

Aplicação da lei. Não adianta ter leis rigorosas e sistemas de registo eficientes sem os devidos mecanismos de aplicação da lei. A globalização, os avanços das redes sociais, dos suportes móveis, da “Internet das coisas” bem como dos diversos canais multimédia representam tanto uma oportunidade como um desafio para as empresas e os consumidores. A contrafação online e no mundo real continua a ser um negócio altamente lucrativo que afeta diretamente a segurança do consumidor e que tem um impacto no PIB, no emprego e no bem-estar social. A INTA irá defender veementemente mecanismos de aplicação da lei eficazes. A INTA estará na linha da frente na luta contra a contrafação, recorrendo para isso a legisladores, ao poder judiciário, às autoridades aduaneiras, às entidades responsáveis pela aplicação da lei e a investigadores. A INTA continuará a recorrer aos tribunais através de registos “amicus” e da comunicação e educação sobre o valor das marcas para as empresas, os consumidores e a sociedade em geral.

Valor comercial das marcas. As marcas determinam o tipo de pessoas recrutadas pela empresa, os produtos e os serviços introduzidos no mercado, as mensagens transmitidas aos consumidores e os canais utilizados. Para fazer parte desta abordagem holística às marcas, os profissionais de PI e de marcas registadas devem perceber e promover o valor das marcas, bem como os seus potenciais enquanto ativos financeiros, de marketing e de comunicação. A INTA irá fornecer aos seus membros as ferramentas necessárias para demonstrar o valor das marcas e entender como o seu trabalho afeta esse valor.

II. Reforçar a confiança dos consumidores

Os consumidores continuam a comprar às marcas nas quais confiam. No entanto, a relação entre as marcas e os consumidores evoluiu. As marcas transformaram-se num produto do seu ambiente. A INTA continuará a demonstrar que as marcas servem os interesses dos proprietários de marcas, dos consumidores e da sociedade em geral.

Reforçar as marcas registadas enquanto fontes de informação e as marcas enquanto promessas de resultados. A INTA irá acompanhar as tendências legislativas e as iniciativas que ameaçam os direitos de propriedade dos detentores de marcas e a capacidade dos consumidores poderem tomar decisões de compra informadas, tais como embalagens standardizadas ou neutras, e irá também promover uma Internet mais segura para os consumidores. A INTA irá solicitar a colaboração de associações de consumidores na promoção da importância das marcas em matéria de segurança e informação dos consumidores.

Comunicar o contributo das marcas para a economia e a sociedade. A INTA irá recorrer a estudos económicos e a múltiplos métodos de comunicação para promover o lado positivo da PI, nomeadamente o seu contributo para o PIB, o emprego e o bem-estar social a nível mundial. A INTA irá intensificar a sua comunicação em meios não relacionados com a PI, de forma a contribuir para uma melhor apreciação dos direitos de PI pelo público. Dado que um grande número de economias depende de pequenas e médias empresas (PME) e de empreendedores, a INTA irá reforçar o seu programa de adesão para as PME e os empreendedores e realçar a importância da proteção das marcas independentemente do tamanho do negócio.

Valor das marcas. As empresas ou os particulares são proprietários das suas marcas registadas e dos direitos de PI relacionados. Os consumidores influenciam, agora mais do que nunca, a forma como uma marca e o seu valor evoluem. A INTA irá construir relações com associações dos consumidores, organizações profissionais e o meio académico para participarem no debate sobre o valor das marcas.

III. Abraçar a inovação e a mudança

A inovação inspira. O ritmo com que as empresas e os consumidores estão abraçando a inovação nunca foi tão rápido como agora. Os valores e as necessidades dos consumidores também estão a evoluir. A INTA irá acompanhar as mudanças e as inovações, avaliar o seu impacto nas marcas e prestar apoio aos seus membros, dando-lhes o seu devido valor.

Avaliar mudanças resultantes da tecnologia, inovação e evolução das necessidades e dos valores dos consumidores. A INTA irá recorrer aos seus vários comités e grupos de trabalho para analisar mudanças, estudar as correlações entre as marcas e a inovação e avaliar os potenciais impactos para os proprietários de marcas. A INTA será uma plataforma para a liderança intelectual na mudança e na forma como os membros podem tirar partido de oportunidades e evitar desafios acarretados pela inovação e a mudança.

Educar os nossos membros sobre o impacto da inovação, tecnologia e mudança nas marcas. A INTA irá recorrer à educação, à comunicação e a outros recursos para continuar a ser um fórum de debate e de partilha de conhecimento para os seus membros. Isso irá permitir à INTA desenvolver opiniões ou recomendações sobre questões relacionadas com marcas registadas e direitos de PI existentes e futuros.

Prestar serviços inovadores e valiosos aos nossos membros. A inovação e a tecnologia também estão a afetar as associações. A INTA irá tirar partido da inovação e da tecnologia, identificando tendências e oportunidades para fornecer serviços melhorados aos seus membros, tanto ao nível da empresa como a nível individual.

A INTA cumprirá estas orientações estratégicas através de campanhas globais, comunicação, educação e oportunidades de desenvolvimento de contactos através dos seus escritórios em Nova Iorque, Washington, D.C., Bruxelas, Santiago, Chile, Xangai, Singapura, e dos seus representantes em Genebra, Nova Deli e dos seus membros em 187 países. A INTA irá continuar a expandir o seu programa de adesão e a sua presença para servir todos os seus membros a nível mundial.