

# AMERICAN CONCEPTUAL FRAME REGARDING INTELLECTUALLY PROPER TY, PART OF INTANGIBLE ASSETS

**Ecaterina NECSULESCU, Phd. Student  
President of CECCAR Galati**

Abstract:

*Generally, appraisers and economists categorize individual intangible assets into several distinct categories. This categorization of intangible assets is made for general asset identification and classification purposes. The intangible assets are often grouped in the same category when similar valuation methods are particularly applicable to that group of assets.*

**Key words:** International Accounting Standards, Intellectually property, Intangible Assets

**JEL Classification:** K11, M40

În general, evaluatorii și economiștii clasifică activele necorporale în mai multe categorii distincte. Această clasificare este făcută pentru identificarea generală a activului și pentru scopuri de clasificare. Activele necorporale sunt adesea grupate în aceeași categorie atunci când metode de evaluare similare sunt aplicate în mod particular la acel grup de active.

O clasificare generală a activelor necorporale după autorii Robert F. Reilly și Robert P. Schweihs este după cum urmează :

1. Active necorporale ce au legătură cu marketingul (de exemplu: mărcile comerciale, mărcile înregistrate, numele de marcă, logos).

2. Active necorporale ce au legătură cu tehnologia (de exemplu: brevetele de proces, aplicațiile de brevet, documentația tehnică, cum ar fi notișele de laborator, priceperea tehnică).

3. Active necorporale ce au legătură cu partea artistică (de exemplu: operele literare, drepturile de autor, compozițiile muzicale, hărțile, gravurile).

4. Active necorporale ce au legătură cu prelucrarea datelor (de exemplu: dreptul de proprietate al software-ului de computer, drepturile de autor ale software-ului, baza de date automată).

5. Active necorporale ce au legătură cu ingineria (de exemplu: proiectul industrial, brevetele de producție, secretele comerțului, schișele de proiectare și schemele, proiectele, documentația de proprietar).

Generally, appraisers and economists categorize individual intangible assets into several distinct categories. This categorization of intangible assets is made for general asset identification and classification purposes. The intangible assets are often grouped in the same category when similar valuation methods are particularly applicable to that group of assets.

A common categorization of intangible assets after Robert F. Reilly and Robert P. Schweihs is :

1. Marketing-related intangible assets (e.g., trademarks, trade names, brand names, logos).

2. Technology related intangible assets (e.g., patents, patent applications, technical documentation, such as laboratory notebooks and technical know-how).

3. Artistic-intangible assets (e.g., literary works and copyrights, musical compositions, copyrights, maps, engravings).

4. Data processing-related intangible assets (e.g., proprietary computer software, software copyrights; automated databases, integrated circuit masks and masters).

5. Engineering-related intangible assets (e.g., industrial design, product patents, trade secrets, engineering drawings and schematics, blueprints, proprietary documentation).

6. Active necorporale ce au legătură cu clientul (de exemplu: listele cu clienții, contractele cu clienții, relațiile cu clienții, bonurile de comandă).

7. Active necorporale ce au legătură cu contractul (de exemplu: contracte favorabile furnizorului, contracte de licență, contracte de vânzare-cumpărare rare prin franciză, contracte ce nu au concurență).

8. Active necorporale ce au legătură cu capitalul uman (de exemplu: o forță de muncă formată și adunată, contracte de angajare, contracte de forță de muncă organizată).

9. Active necorporale ce au legătură cu localizarea (de exemplu: avantajele posesiunii prin arendă, drepturile de exploatare minerală, drepturile aeriene, drepturile de apă).

10. Active necorporale ce au legătură cu clientela sau vâdul comercial (de exemplu: clientela de instituție, clientela de practică profesională, clientela de celebritate, valoarea generală de afaceri).

Exemplele date de active necorporale individuale care se împart în aceste tipuri de categorii sunt numai cu intenția de a fi ilustrative. În mod clar, aceste exemple de active necorporale nu reprezintă o listă completă a activelor necorporale.

Este de asemenea posibil ca un activ necorporal individual să fie inclus în mai mult decât o categorie. De exemplu, un analist ar putea clasifica un brevet ca activ necorporal ce are legătură cu tehnologia, în timp ce alt analist ar putea clasifica același brevet ca activ necorporal ce are legătură cu ingineria. În același mod, un analist ar putea clasifica un contract de angajare al unui cadru de conducere ca activ necorporal ce are legătură cu contractele, în timp ce alt analist ar putea clasifica același contract ca activ necorporal ce are legătură cu capitalul uman. Este de menționat faptul că aceste categorii sunt numai clasificări generale.

De asemenea, este de menționat faptul că unele dintre aceste categorii de active necorporale ar putea include un tip special de activ necorporal numit proprietate intelectuală.

Există o clasificare specializată a activelor necorporale numit proprietate intelectuală. Proprietățile intelectuale scot în evidență toate caracteristicile existenței economice și valorii economice. Totuși, datorită statutului lor special, proprietățile intelectuale se bucură de recunoaștere legală specială și de protecție. Activele necorporale sunt adesea create în cursul normal al tranzacțiilor în afaceri.

6. Customer-related intangible assets (e.g., customer lists, customer contracts, customer relationships, open purchase orders).

7. Contract-related intangible assets (e.g., favorable supplier contracts, license agreements, franchise agreements, noncomplete agreements).

8. Human capital-related intangible assets (e.g., a trained and assembled workforce, employment agreements, union contracts).

9. Location-related intangible assets (e.g., leasehold interests/ mineral exploitation rights, easements, air rights, water rights).

10. Goodwill-related intangible assets (e.g., institutional goodwill, professional practice goodwill, personal goodwill of a professional, celebrity goodwill, general business going-concern value).

The examples given of individual intangible assets that fall into these category types are meant to be illustrative only. Clearly, these examples do not represent a comprehensive listing of intangible assets.

It is also possible for an individual intangible asset to be included in more than one category. For example, one analyst may classify a patent as a technology-related intangible, while another analyst may classify the same patent as an engineering-related intangible assets. Likewise, one analyst may classify an executive's employment agreement as a contract-related intangible asset, while another analyst may classify the same agreement as a human capital-related intangible asset. It is noteworthy that these categories are only general classifications.

It is also noteworthy that some of the categories of intangible assets may include a special type of intangible asset called an intellectual property.

There is a specialized classification of intangible assets called intellectual properties. Intellectual properties manifest all of the economic existence and economic value attributes of other intangible assets. However because of their special status, intellectual properties enjoy special legal recognition and protection. Intangible assets are often created in the normal course of business operations.

Cu toate acestea, proprietățile intelectuale sunt create de intelectualul uman și de activitatea inspirată. O astfel de activitate (deși nu este planificată întotdeauna) este specifică și conștientă și creativitatea implicată poate fi atribuită unor persoane identificate, particulare.

Datorită procesului lor unic de creație, proprietățile intelectuale sunt în general înregistrate și protejate de lege. Înregistrarea legală asigură motivație pentru inovatorii de proprietate intelectuală precum și protecție pentru creatorii de proprietate intelectuală. Conținutul informațional al proprietăților intelectuale cere și impune această protecție specială pentru ca proprietarii de proprietate intelectuală să realizeze valoarea economică a acestor active necorporale.

Ca și o subclasificare a activelor necorporale, proprietățile intelectuale sunt adesea grupate în categorii asemănătoare. Proprietățile intelectuale din fiecare categorie au câteva asemănări generale în ceea ce privește caracterul, caracteristica, metoda de creație și protecția legală. De asemenea, metode asemănătoare de evaluare și metode de analiză economică se aplică adesea proprietăților intelectuale din fiecare categorie.

O clasificare generală a tipurilor de proprietate intelectuală este:

1. Creație (de exemplu: marca comercială, drepturi autor, computer software).
2. Inovatoare (de exemplu: brevetele, desenele industriale, secretele comerțului).

De fapt, această clasificare explică în mare măsură cele două motive principale pentru care proprietățile intelectuale primesc recunoaștere legală specială și protecție legală. În ceea ce privește proprietățile intelectuale creație, legiuitorii cred că acești posesori de proprietate au nevoie de protecție. Aceasta înseamnă că legea a fost dezvoltată pentru a se asigura că un proprietar care petrece mult timp, efort și capital pentru a dezvolta o marcă comercială sau o compoziție muzicală să nu fie expus altor persoane care ar putea folosi această prezentare.

În ceea ce privește proprietatea intelectuală inovatoare, legiuitorii cred că posesorii de proprietate au nevoie de motivație. Adică, legea a fost dezvoltată pentru a motiva inovatorii să petreacă mult timp, efort și capital pentru a dezvolta un nou produs sau secret al comerțului.

However, intellectual properties are created by human intellectual or inspirational activity. Such activity (although not always planned) is specific and conscious and the creativity involved can be attributed to identified, specific individuals.

Because of their unique creation process, intellectual properties are generally registered under and protected by specific federal and state statutes/Legal registration provides motivation for intellectual property innovators as well as protection for intellectual property creators. The information content of intellectual properties requires this special protection in order for the intellectual property owners to realize the economic value of these special intangible assets.

As a subset of intangible assets, intellectual properties are often grouped into like categories. The intellectual properties in each category have some general similarities in terms of nature, feature, method of creation, and legal protection. Likewise, similar valuation methods and economic analysis methods often apply to the intellectual properties in each category.

A common categorization of intellectual property types is:

1. Creative (e.g., trademarks, copyrights, computer software).
2. Innovative (e.g., patents, industrial designs, trade secrets).

In fact, this categorization in good measure explains the two principal reasons why intellectual properties receive special legal recognition and legal protection- With regard to creative intellectual properties, legislators believe that these property owners need protection. That is, the law was developed to ensure that an owner who spends a great deal of time, effort, and capital to develop a trademark or a musical composition would not be subjected to another party being able to use that development.

With regard to innovative intellectual property, legislators believed that the property owners needed motivation. That is, the law was developed to motivate innovators to spend a great deal of time, effort, and capital to develop a new product or a trade secret.

Proprietățile intelectuale nu sunt un tip diferit de proprietate față de activele necorporale. Proprietățile intelectuale nu sunt active distincte și separate față de activele necorporale, proprietățile intelectuale sunt o subcategorie recunoscută și specială a activelor necorporale. Cu alte cuvinte, toate proprietățile intelectuale sunt active necorporale, dar nu toate activele necorporale au caracteristica specială de a fi proprietăți intelectuale.

### **Caracteristici ale proprietăților intelectuale**

Proprietățile intelectuale sunt active necorporale care se bucură de recunoaștere legală specială și de protecție legală.

Noi prezentăm cinci tipuri generale de proprietăți intelectuale pentru scopul de a ilustra caracteristicile lor unice.

Cele cinci tipuri generale de proprietăți intelectuale includ:

1. Cele au legătură cu marketingul (de exemplu: mărcile comerciale, mărcile de servicii).
2. Cele au legătură cu tehnologia (de exemplu: anumite tipuri de brevete).
3. Cele au legătură cu partea artistică (de exemplu: drepturile de autor ale operelor literare și compozițiilor muzicale).
4. Cele au legătură cu prelucrarea datelor (de exemplu: drepturile de autor ale software-ului, mășca cipului de calculator).
5. Cele au legătură cu ingineria (de exemplu: proiectul industrial, secretele comerțului).

În cele ce urmează vom discuta caracteristicile acestor cinci tipuri de proprietăți intelectuale.

**1. Mărcile comerciale, mărcile înregistrate, mărcile de servicii și logo-urile** sunt protejate de legi corespunzătoare de stat. În S.U.A. *Noul Rol al Proprietății Intelectuale în Tranzacțiile Comerciale* descrie caracteristicile legale ale mărcilor comerciale după cum urmează:

O marcă comercială este « orice cuvânt, nume, simbol, sau invenție, sau orice combinație despre acestea - (1) folosite de o persoană sau (2) în care o persoană are intenția corectă de bună credință de a o folosi în comerț și pune în practică înregistrarea în registrul principal stabilit de acest Act, pentru a identifica și distinge bunurile sale, incluzând un produs unic, dintre acelea fabricate sau vândute de alții și să indice sursa bunurilor, chiar dacă această sursă nu este cunoscută ».

Intellectual properties are not a different property type from intangible assets. Intellectual properties are not separate and distinct assets from intangible assets. Rather, intellectual properties are a specially recognized subset of intangible assets. In other words, all intellectual properties are intangible assets but not all intangible assets have the special distinction of being intellectual properties.

### **Attributes That Distinguish Intellectual Properties**

Intellectual properties are intangible assets that enjoy special legal recognition and legal protection. We present five general types of intellectual properties for the purpose of illustrating their unique characteristics.

Each of these five types of intellectual properties include:

1. Marketing-related, such as trademark and service marks.
2. Technology-related, such as certain types of patents.
3. Artistic-related, such as literary and musical copyrights.
4. Data processing-related, such as computer software copyrights and computer chip masks and masters.
5. Engineering-related, such as industrial designs and trade secrets.

The attributes of each of these five types of intellectual properties are discussed next.

**1. Trademarks, trade names, service marks/and logos** are protected by the specific laws. In SUA *The New Role of Intellectual Property in Commercial Transactions* describes the legal attributes of trademarks as follows:

A trademark is "any word, name, symbol, or device or any combination thereof—(1) used by a person or (2) which a person has" a bona fide intention to use in commerce and applies to register on the principal register established by this [Act], to identify and distinguish his or her goods, including a unique product, from those manufactured or sold by others and to indicate the source of the goods, even if that source is unknown."

După cum explică Comitetul Consiliului de Brevete, scopul unei mărci comerciale este dublu: "Un scop este acela de a proteja publicul să aibă încredere că atunci când cumpără un produs ce poartă o anumită marcă comercială pe care o ține, va obține produsul pe care îl cere și pe care vrea să îl obțină. În al doilea rând, atunci când posesorul unei mărci comerciale a petrecut timp, energie și bani pentru a prezenta produsul publicului, el este protejat în investiția sa de delapidare de către pirăți sau hoți. Posesorul unei mărci comerciale are deci dreptul de a exclude pe altcineva să folosească un simbol atât de asemănător sau legat de al său, încât consumatorul obișnuit să fie confuz în ceea ce privește sursa bunurilor sau serviciilor.

Nefolosirea unei mărci pentru o perioadă lungă de timp poate duce la abandonarea drepturilor de marcă comercială."

2. În S.U.A. brevetele pentru produse și procese sunt garantate de către Brevetul Statelor Unite și de Oficiul Marcii Comerciale sub influența autorităților la Secția 101 a Codului Statelor Unite. *Noul Rol al Proprietății Intellectuale în Tranzacțiile Comerciale* descrie caracteristicile legale ale brevetelor după cum urmează :

Brevetele pot fi obținute pentru "orice proces nou și folositor, mașină nouă, fabricare sau compoziție a subiectului, deci pentru orice îmbunătățire nouă sau folositoare. "Invenția revendicată trebuie de asemenea să fie nouă, folositoare și neclar în relație cu actul precedent. Brevetele se împart în câteva categorii, incluzând utilitatea, procesul și modele de brevet. Brevetele de utilitate și proces au valabilitate pentru o perioadă de 17 ani; modelele de brevet au o valabilitate de 14 ani.

Drepturile legale a protecției brevetului nu intră în existență sau uz decât atunci când brevetul este aprobat în realitate. De exemplu, cel mai observat mod de "a teptare a brevetului" asupra multor produse nu conferă nici un drept special sau privilegiu producătorului produsului.

Totuși, din moment ce brevetul este emis, posesorul are dreptul de a-l exclude pe ceilalți de la fabricarea, folosirea, sau vânzarea produsului brevetat (sau procesului) în Statele Unite pe perioada de protecție a brevetului.

3. Drepturile de autor asupra proprietăților intelectuale ce au legătură cu partea artistică (literare, muzicale, dramatice, artistice sau filme) sunt garantate de statul american prin Actul Federal de Drepturi de Autor din 1976.

As explained by the Senate Committee on Patents, the purpose of trademark protection is twofold: "One [purpose] is to protect the public so it may be confident that, in purchasing a product bearing a particular trade-mark which it favorably knows, it will get the product which it asks for and wants to get. Secondly, where the owner of a trade-mark has spent energy, time, and money in presenting to the public the product, he is protected investment from its misappropriation by pirates and cheats." The owner of a mark therefore has the right to exclude another from using a symbol so related to his or her own that the ordinary consumer would likely be confused as to the source or sponsorship of the goods or services.

Nonuse of a mark for an extended period of time may result in abandonment of trademark rights.

2. In SUA product and process patents are granted by the United States Patent and Trademark Office under the authority of Section 101 of the United States Code. The *New Role of Intellectual Property in Commercial Transactions* describes the legal attributes of patents as follows:

Patents may be obtained for "any new and useful process, new machine, manufacture or composition of matter, or any new or useful improvement thereof." The claimed invention must also be new, useful, and nonobvious, in relation to the prior art. Patents fall into one of several categories, including utility, process, and design patents. Utility and process patents are valid for a period of 17 years; design patents are valid for 14 years.

The legal rights of patent protection do not come into existence until the patent is actually granted. For example, the commonly observed "patent pending" notation on many products does not confer any special legal rights or privileges to the product producer.

However, once the patent is issued, the owner has the right to exclude others from making, using, or selling the patented product (or process) in the United States during the patent protection period.

3. Copyrights on artistic-related intellectual properties (e.g., literary, musical, dramatic, artistic, and film works) are granted under the authority of the federal Copyright Act of 1976.

*Noul Rol al Propriet ii Intelectuale în Tranzac iile Comerciale* descrie caracteristicile legale ale dreptului de autor dup cum urmeaz :

Drepturile de autor exist în "operele originale ale calit ii de autor, fixate în orice mediu de expresie corporal, cunoscute acum sau dezvoltate mai târziu, din care pot fi percepute, reproduse sau comunicate în alt fel , ori direct, ori cu ajutorul unei ma ini sau procedeu."

"Lucr rile dreptului de autor" includ opere literare, opere muzicale, opere dramatice, picturi i înregistr ri audio. Astfel , c r ile, filmele i tablourile pot fi supuse protec iei dreptului de autor, dar bro urile promo ionale , manulele de instruire i programele de calculator de asemenea pot fi protejate de dreptul de autor i nu ar trebui neglijate sau trecute cu vederea. Protec ia dreptului de autor nu e valabil în absen a unei impresii fixe, sau în alt proces, metod sau descoperire.

Dreptul de autor nu este un singur drept, dar mai ales un "m nunchi" de drepturi exclusive , dându-i posesorului drepturile de a reproduce o lucrare, de a distribui i ar ta copii ale lucr rii, i de a face aceast munc în public. Dreptul de autor este înc leat dac oricare din aceste drepturi exclusive sunt nesocotite.

Drepturile de autor sunt valabile din punct de vedere legal toat via a creatorului propriet ii intelectuale i al i 50 ani în plus. O perioad alternativ de protec ie este de 75 ani de la prima publicare a propriet ilor intelectuale (compozi iile muzicale, operele literare, etc) care au fost f cute pentru bani.

De i înregistrarea federal nu se cere pentru men inerea protec iei de drept de autor, se cere dac posesorul decide s ini ieze înc lcarea litigiului.

4. Dac se impun anumite reguli, software-ul de computer trebuie s se supun înregistr rii dreptului de autor i protec iei dreptului de autor.

*Noul Rol al Propriet ii Intelectuale în Tranzac iile Comerciale* descrie caracteristicile legale ale acestor propriet i intelectuale dup cum urmeaz :

O "lucrare la masc " este o serie de abloane sau tipare de circuite integrate legate într-un semiconductor. Procesul de produc ie a lucr rilor de masc poate costa milioane de dolari i consuma timpul i orele a mii i mii de ingineri. Totu i, o data ce lucrarea la masc a fost produs , lucrarea poate fi multiplicat printr-o fotografiere pentru un cost mai mic.

*The New Role of Intellectual Property in Commercial Transactions* describes the legal attributes of copyrights as follows:

Copyrights exist in "original works of authorship fixed in any tangible medium of expression, now known or later developed, from which they can be perceived, reproduced, or otherwise communicated, either directly or with the aid of a machine or device."

"Works'of authorship" include literary works, musical works, dramatic works, pictorial works, and sound recordings. Thus, books, movies, and artwork may be subject to copyright protection, but promotional brochures, training manuals, and computer programs also may be protected by copyright and should not be overlooked. Copyright protection is not available to an idea in the absence of any particular fixed impression, nor to any process, method of operation, or discovery.

A copyright is not a single right, but rather a "bundle" of exclusive rights giving an owner the rights to reproduce a work, to prepare derivative works, to distribute and display copies of the work, and to perform the work in public. A copyright may be infringed if any one of these exclusive rights is violated.

Copyrights are legally valid for the lifetime of the creator of the intellectual property, plus an additional 50 years. An alternative legal protection period is 75 years from the first publication of intellectual properties (e.g., musical compositions, literary works, etc.) that were made for hire.

Although federal registration is not required in order to maintain copyright protection, it is required if the owner decides to initiate infringement litigation.

4. If it meets certain requirements, computer software is subject to copyright registration and copyright protection.

*The New Role of Intellectual Property in Commercial Transactions* de-scribes the legal attributes of these intellectual properties as follows:

A "mask work" is a series of stencils of integrated circuitry etched onto a semiconductor ship, sometimes called "firm ware." The process of producing mask works can cost millions of dollars and consume thousands of hours of engineering and technician time. However, once a mask work has been produced, the work can be duplicated through photography for a less cost.

Pentru a se califica pentru protecția SCPA (1984), o lucrare la mască trebuie să "fie fixată în semiconductorul produsului cip".

O lucrare la mască este protejată de SCPA (Semiconductor Chip Protection Act) dacă este înregistrată la Oficiul Dreptului de Autor sau dacă "este exploatată comercial în orice altă parte a lumii." Exploatarea comercială este definită ca distribuție "pentru public pentru scopuri comerciale". Protecția SCPA se va pierde dacă înregistrarea nu este făcută în 2 ani după data la care lucrarea la mască a fost prima dată exploatată comercial oriunde în lume.

În ceea ce privește drepturile de autor, nu este necesară publicarea unui anunț de drept de proprietate a unei lucrări la mască pentru a se bucura de protecția SCPA din 1984.

**5. Secretele comerului sau documentația de inginerie** (schife, desene, scheme, diagrame, formule chimice, etc.); *Noul Rol al Proprietății Intellectuale în Tranzacțiile Comerciale* descrie caracteristicile legale ale acestui tip de proprietate intelectuală după cum urmează :

Un secret al comerului este "o informație, incluzând o formulă, model, program, instalație, metodă, tehnică sau proces, care: (1) dezvoltă valoare economică independentă, actuală sau potențială, dintr-o sursă care nu este cunoscută în general... (2) este subiectul eforturilor care sunt rezonabile în circumstanțele menționate în secretului său." Un secret al comerului poate fi de exemplu o formulă pentru un compus chimic; un proces pentru fabricarea, tratarea și conservarea materialelor; schiul unei mașini; sau o listă de clienți.

Elementele luate în considerare în determinarea a ceea ce este un secret al comerului include limita până la care informația este cunoscută în afara afacerii, limita până la care informația este cunoscută de către angajații implicați în afacere, limita până la care informația este păstrată, valoarea informației pentru afacere și pentru concurență, și ușurința cu care această informație poate fi copiată.

Diferențele caracteristici legale ale proprietății intelectuale afectează evaluarea și analiza economică în mai multe feluri. Analistul ar trebui să fie conștient de câțiva factori în ceea ce privește influența caracteristicilor legale asupra valorii.

To qualify for protection under the SCPA, a mask work must be "fixed in a semiconductor chip product".

A mask work is protected under the SCPA if it is either registered in the Copyright Office or "commercially exploited anywhere in the world." Commercial exploitation is defined as distribution "to the public for commercial purposes a semiconductor chip product embodying the mask work." Protection under the SCPA will be lost if registration is not made within two years after the date on which the mask work was first commercially exploited anywhere in the world.

As with copyrights, it is not necessary to publish a notice of ownership of a mask work in order to enjoy protection under the Semiconductor Chip Protection Act of 1984.

**5. Trade secrets and related engineering documentation** (e.g., designs, drawings, schematics, diagrams, layouts, chemical formulations, etc.); *The New Role of Intellectual Property in Commercial Transactions* describes the legal attributes of this type of intellectual property as follows:

A trade secret is "information, including a formula, pattern, compilation, program, device, method, technique, or process, that: (1) derives independent economic value, actual or potential, from not being generally known... and (2) is the subject of efforts that are reasonable under the circumstances to maintain its secrecy." A trade secret may be, for example, a formula for a chemical compound; a process of manufacturing, treating, or preserving materials; the design of a machine; or a customer list.

Elements to be considered in determining what constitutes a trade secret include the extent to which the information is known outside the business, the extent to which information is known by employees involved in the business, the extent to which the information is guarded, the value of the information to the business and to its competitors, and the ease with which the information can be duplicated.

The various legal attributes of intellectual properties affect the valuation and economic analysis in several ways. The analyst should be aware of several factors with respect to the influence of legal attributes on value.

În primul rând, toate proprietățile intelectuale au o via legal specificată. După cum vom observa, acest lucru este foarte important în ceea ce privește valoarea proprietății intelectuale în cauză. Mai mult decât atât, în timp ce multe active necorporale nu au o via legal specificată, multe din proprietăți au.

În al doilea rând, datorită protecției recunoscute terților legale a proprietăților intelectuale, posesorii lor ar putea avea mai multe oportunități disponibile de comercializare, comparativ cu posesorii activelor necorporale. De exemplu, posesorii proprietăților intelectuale intră adesea sub autorizare, și au contracte de dezvoltare.

Aceste contracte le permit să se bucure de beneficiile economice din comercializarea proprietăților intelectuale ce sunt externe avantajelor afacerilor curente.

Oportunitățile de comercializare externă ar putea include autorizarea folosirii sau drepturile de dezvoltare pentru proprietatea intelectuală în cauză:

1. prin extinderea geografică (adică în noi teritorii);
2. prin extinderea industrială (adică în noi industrii)
3. prin extinderea produsului (adică în noi produse).

Oportunitățile de comercializare externă în mod tipic nu sunt disponibile pentru posesorii celorlalte active necorporale. De exemplu, posesorii unui contract de furnizare favorabil, sau al unei forme de muncă instruite în general au beneficii economice din aceste active necorporale prin comercializarea lor în cadrul operațiilor de afaceri curente.

În al treilea rând, sunt mai multe date tranzacționale disponibile pentru analiză în ceea ce privește proprietățile intelectuale, în comparație cu alte active necorporale. Adică, sunt disponibile mai multe date referitoare la vânzare, autorizare, sau alte comercializări externe ale proprietăților intelectuale, deoarece există mai multe tranzacții raportate. Există mai multe tranzacții raportate deoarece posesorii de proprietate intelectuală sunt mai încrezători și între în tranzacțiile de comercializare externă. Acest lucru se întâmplă deoarece părțile dintr-o tranzacție sunt conștiente că avantajele lor legale și economice sunt mai protejate de către legi asociate cu acea proprietate intelectuală a lor.

First, most intellectual properties have a specified legal life. As we will see when we explore remaining useful life analysis, this measure of life may not be the most important with regard to the value of the subject intellectual property. Nonetheless; whereas many intangible assets do not have a specified legal (i.e. determined by statute) life, most intellectual properties do.

Second, because of the special legal recognition and protection afforded to intellectual properties, their owners may have more external commercialization opportunities available to them compared to the owners of other intangible assets. For example, intellectual property owners often enter into license, joint venture, or other exploitation and development agreements.

These agreements allow them to enjoy the economic benefits of commercializing their intellectual properties external to their, current business interests.

External commercialization opportunities could include licensing the use or development rights for the subject intellectual property:

1. through geographic expansion, i.e., in new territories;
2. through industry expansion, i.e., into new industries; or
3. through product expansion, i.e., into new products.

External commercialization opportunities are typically not available to the owners of other intangible assets. For example, the owners of a favorable supplier contract, ongoing customer relationships, or a trained and assembled workforce generally derive the economic benefits from these intangible assets by commercializing them within their current business operations.

Third, more transactional data are available for analysis with respect to intellectual properties, compared with other intangible assets. That is, more data are available with regard to the sale, license, or other external commercialization of intellectual properties, because there are more reported transactions. There are more reported transactions because intellectual property owners are more confident to enter into external commercialization transactions. This is because parties to a transaction are aware that their legal and economic interests are more likely to be protected by the laws associated with their particular intellectual property.



În al patrulea rând, proprietățile intelectuale în general se bucur de impozite mai mari și de o valoare pe piață mai mare, mult mai mult decât celelalte active necorporale, toate celelalte lucruri fiind egale. Legile proprietății intelectuale reduc riscul asociat cu tranzacțiile comerciale ale proprietății intelectuale, deci cumpărătorii de proprietate intelectuală pot simți că își pot permite să plătească puțin mai mult pentru a intra în astfel de tranzacții.

În al cincilea rând, există mai multe precedente judiciare în ceea ce privește proprietățile intelectuale decât alte active necorporale.

Acest factor are trei implicații:

- Există o definiție determinată mai mult juridic a anumitor proprietăți intelectuale decât a altor active necorporale. De exemplu, unele curți din SUA au definit foarte bine ce este o marcă comercială și ce este un secret comercial. Analizările se pot baza pe aceste definiții în general în identificarea și evaluarea acestor proprietăți intelectuale. Deci, există mai puține definiții a ceea ce reprezintă acele active necorporale.
- În ceea ce privește anumite proprietăți intelectuale, au fost mai multe decizii juridice în SUA în ceea ce privește metodologia de evaluare (corect sau nu) și în ceea ce privește metoda analizei pagubelor economice. Aceasta nu înseamnă că analizările ar trebui să aplice în mod naiv evaluarea dobânzilor la prețuri sau impozitelor într-o analiză specifică doar pentru că ele sunt publicate într-o analiză juridică.
- Participanții (exemplu: cumpărători, vânzători, contractanți) din proprietatea intelectuală de calitate inferioară pe piață sunt în general conștienți de evaluarea precedentului judiciar, și sunt conștienți că există legi federale și de stat și faptul că tribunalele recunosc și protejează diferitele tipuri de proprietate intelectuală. Acest nivel de conștientizare judiciară și protecție pot motiva participanții de pe piață să intre în mai multe tranzacții pe piață, deoarece participanții de pe piață pot considera că piața proprietății intelectuale este relativ sigură și protejată.

În concluzie însușirile proprietății intelectuale pot avea un efect pozitiv atât asupra valorii active cât și asupra celei pasive a proprietății intelectuale. Pentru moment, să spunem că o valoare activă este generată când un activ necorporal este folosit proactiv (sau reacționează sau profiturile).

Fourth, intellectual properties generally enjoy higher royalty rates and higher market value pricing multiples than do other intangible assets, all other things being equal. Intellectual property laws reduce the risk associated with intellectual property commercial transactions, so intellectual property buyers and licensors may feel that they can afford to pay a bit more to enter into such transactions.

Fifth, substantially more judicial precedent exists regarding intellectual properties than regarding other intangible assets.

This factor itself has three implications:

- There is greater judicially determined definition of certain intellectual properties than of other intangible assets. For example, due to infringement and other litigation, U.S. courts have pretty well defined what is a trade name and what is a trade secret. Analysts can generally rely upon these definitions in the identification and valuation of these intellectual properties. Therefore, there is somewhat less definition (at least, judicial definition) as to what constitutes those intangible assets.
- With respect to certain intellectual properties, there have been more judicial decisions in the United States with regard to appropriate (and inappropriate) valuation methodology, with regard to reasonable ranges of royalty rates, and with regard to economic damage analysis methods and amounts. This is not to suggest that analysts should naively apply valuation pricing multiples or royalty rates in a specific analysis just because they are published in a judicial decision.
- Participants (i.e., buyers, sellers, licensors, licensees) in the intellectual property secondary market are generally aware of the extent of judicial precedent, and are aware that federal and state laws exist and that the courts recognize and protect various types of intellectual property. This level of judicial awareness and protection may motivate market participants to enter into more market transactions, because market participants may consider the intellectual property market to be relatively safe and protected.

Finally, it is noteworthy that intellectual property attributes can have a positive effect on both the active value and the passive value of intellectual properties. For now, let's just say that active value is generated when an intangible asset is used proactively (e.g., to increase prices/market share, or profits).

Valoarea pasiv este generat când un activ necorporal este folosit defensiv (pentru a proteja pre urile sau profiturile)

Passive value is generated when an intangible asset is used defensively (e.g., to protect prices, market share, or profits).

### **Bibliography:**

1. Robert F. Reilly. CFA, ASA, CPA, Robert P. Schweihs, ASA – Valuing intangible assets, Mc Graw – Hill 1998
2. Sorin V. Stan, Ioan Anghel: “Evaluarea activelor necorporale”- Ed. Iroval 1998
3. Nicolae Feleaga, Liliana Malciu : “Provocarile contabilitatii interna tionale la cumpana dintre milenii”: “Modele de evaluare si investitii imateriale” – Ed. Economica 2004

