

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 12 de março de 2020 às 08h15
Seleção de Notícias

G1 - Globo | BR

Pirataria

Polícia apreende cerca de duas toneladas de produtos falsificados no Centro do Rio 3
RIO DE JANEIRO

Consultor Jurídico | BR

Propriedade Intelectual

Nova Lei de Franquias é estímulo a um mercado em ascensão 5

Portal Imprensa | BR

Direitos Autorais

Justiça manda suspender sinal da Rede Brasil por dívida de direitos autorais 8

Pequenas Empresas Grandes Negócios Online | BR

Marco regulatório | INPI

Pequenos negócios são maioria entre as Indicações Geográficas brasileiras 9

Polícia apreende cerca de duas toneladas de produtos falsificados no Centro do Rio

RIO DE JANEIRO



Mercadoria foi avaliada em cerca de R\$ 3 milhões. Sete pessoas foram presas e podem cumprir até três anos de prisão.

Duas toneladas de produtos falsificados foram apreendidas nesta quarta-feira (11) no Centro do Rio - Foto: Divulgação

A Polícia Civil fez uma apreensão cerca de duas toneladas de produtos falsificados no Centro do Rio. A mercadoria foi avaliada em aproximadamente R\$ 3 milhões.

Os itens foram encontrados no Mercado Popular Pro-moinfo, na Avenida Rio Branco. A investigação começou após denúncia das próprias marcas que foram falsificadas.

Sete pessoas foram presas e vão responder por venda de produtos falsos. As penas podem chegar a três anos.

Carga apreendida no Centro do Rio foi avaliada em R\$ 3 milhões - Foto: Divulgação

Aumento da **pirataria**

Um levantamento realizado pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises (IFec) mostrou que cerca de 3,3 milhões de pessoas compraram algum **produto** pirata no ano passado no Rio de Janeiro.

Isso representa quase 26% da população adulta do estado, o que significa que uma em cada quatro pessoas contribuiu com a **pirataria**.

Roupas são os produtos falsificados mais comprados pelos fluminenses, segundo o levantamento, à frente de produtos eletrônicos e calçados.



Continuação: Polícia apreende cerca de duas toneladas de produtos falsificados no Centro do Rio



A pesquisa mostrou, também, que 96,2% dos entrevistados sabem que a **pirataria** é crime e que outros 60,6% são conscientes de que a compra de produtos falsificados prejudica a economia do estado. Para 62,6%, é necessário haver mais campanhas de combate à **pirataria**.

Polícia Civil encontrou produtos falsos no Mercado Popular Promoinfo, na Av. Rio Branco, no Centro do Rio, nesta quarta-feira (11) - Foto: Divulgação

Polícia Civil apreende cargas de produtos falsificados no Centro do Rio - Foto: Divulgação



Nova Lei de Franquias é estímulo a um mercado em ascensão

Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) para o terceiro trimestre de 2019, o setor das franquias tem tido um bom desempenho no Brasil. Houve um aumento da confiança do empresário e do consumidor, garantindo o saldo positivo entre a abertura e o fechamento de unidades no referido período. Um forte indicador disso é que, em relação a 2018, o setor das franquias teve aumento de 6,8% no faturamento.

É nesse contexto que foi aprovada a Lei 13.966/2019, com entrada em vigor ao final deste mês, a qual trouxe dispositivos tendentes a estimular o crescimento do setor no país. Explicaremos a seguir as alterações mais relevantes para quem investe ou pretende investir no setor.

1. A nova Circular de Oferta de Franquia

As novas exigências da Circular de Oferta de Franquia (COF) são, possivelmente, o principal ganho do franqueado com a nova Lei de Franquias. Vê-se que o espírito da lei é dar segurança à relação comercial estabelecida entre os envolvidos e com o artigo 2º, que arrola os requisitos da COF, não foi diferente. O legislador acerta quando define diversas regras para a COF, pois assim garante que haja transparência, abrangência e solidez na relação entre as partes, o que incentiva franqueado e franqueador a expandirem ou iniciarem seus negócios por meio de uma franquia.

A lei estimula, ainda, o planejamento e estruturação da franquia em seus diversos níveis, assim aumentando suas chances de sucesso como um todo e para cada franquia.

Alguns dos principais aspectos que devem constar da COF, documento apresentado pelo franqueador ao franqueado, são (i) a relação de franqueados, incluindo os que abandonaram a franquia nos últimos dois anos; (ii) indicação clara de todos os valores a se-

rem investidos, além das taxas periódicas (publicidade, seguro etc.), envolvendo taxa de franquia, investimento inicial, equipamentos, estoque, dentre outras; (iii) especificação de regras de concorrência, abrangendo unidades próprias e conveniadas, quanto à área, exclusividade e outros aspectos.

Outros elementos de transparência envolvem (iv) a apresentação dos balanços e demonstrações financeiras da franqueadora nos últimos dois anos, além da (v) indicação de ações judiciais e, não menos importante, (vi) o detalhamento do que é oferecido ao franqueado em diversos aspectos relevantes de implantação e manutenção da empresa e da; (vii) existência e poderes da associação de franqueados.

Em suma, a nova COF dá bases sólidas para o desenvolvimento das franquias.

2. Vínculo trabalhista

Valendo-se de uma redação parcialmente similar à da lei revogada, o legislador optou por estipular a ausência do vínculo trabalhista entre o franqueador e o franqueado, inclusive em relação aos funcionários do último, quando diz, em seu artigo 1º, que a contratação ocorrerá "mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento."

Em princípio, a modificação realizada, com a extensão da exclusão de relação empregatícia para os empregados da franqueada, nada mais é do que a positividade do entendimento que já havia sido exarado reiteradamente pelo Tribunal Superior do Trabalho[1], o que traz maior segurança jurídica para a relação e estabiliza a interpretação neste sentido.

Ocorre que, estando o Direito em constante evo-

lução, não é possível afirmar que não haverá mudança no posicionamento dos tribunais --mesmo quanto à interpretação da lei -- que pode se alterar a depender de circunstâncias fáticas e jurídicas.

3. Ausência de aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor entre franqueador e franqueado

O já mencionado artigo 1º da nova lei afasta expressamente a aplicação do Código de Defesa do Consumidor entre as partes que firmam contrato de franquia. Trata-se de dispositivo acertado: primeiramente, porque a lei de franquias em comento é lei posterior e especial em relação à legislação consumerista, assim devendo prevalecer, pois pensada especialmente para a referida relação; em segundo lugar, porque o contrato de franquias é interempresarial, devendo realmente haver maior espaço de livre pactuação entre as partes, não havendo que se falar em destinatário final (ou consumidor).

Esta alteração confirmou o entendimento que já era majoritariamente adotado pelos tribunais[2]. Ainda resta, contudo, discussão sobre a natureza de adesão deste contrato e as consequências advindas de uma resposta positiva.

4. Arbitragem

Foi reconhecida, ainda, expressamente, a possibilidade de eleição do juízo arbitral para resolução de controvérsias do contrato de franquia. Resta, infelizmente, em razão da omissão do legislador, dúvida sobre a forma de inserção da cláusula arbitral, tendo em vista a possível interpretação acerca da natureza de adesão do contrato. Entende-se, neste sentido, que o mais seguro seria seguir o parágrafo 2º do artigo 4º da Lei de Arbitragem (Lei 9.307/96), obtendo concordância expressa do franqueado quanto à arbitragem, nos termos da lei.

5. Proteção do ponto comercial e sublocação

Continuação: Nova Lei de Franquias é estímulo a um mercado em ascensão

O artigo 3º da lei em comento atribui legitimidade tanto ao franqueado (sublocatário) quanto ao franqueador (locatário) para propor a renovação do contrato de locação do imóvel do ponto comercial. Tal inovação, que é exceção à regra geral da lei do inquilinato (Lei 8.245/91), traz benefícios para ambos. O franqueado, por um lado, pode assegurar a viabilidade de seu negócio e sua permanência no imóvel. De outro lado, o franqueador também não depende do franqueado para assegurar o ponto comercial e sublocá-lo para novos franqueados posteriormente.

Para o exercício do direito de renovação, contudo, é importante sempre obter autorização do locador do imóvel para a sublocação no início do contrato, uma vez que a lei do inquilinato exige o consentimento prévio e escrito do locador para tanto.

Por fim, a nova lei também trouxe a possibilidade de o franqueador sublocar o imóvel para o franqueado por valor maior que o do contrato principal de locação, constituindo outra exceção à lei do inquilinato. Tal situação ficou permitida uma vez que, frequentemente, as franqueadoras arcam com despesas para reformar o imóvel e atuam na exploração da atividade comercial antes de se interessar em arrendar o fundo de comércio como um todo por meio da franquia. Com as alterações, portanto, foi reconhecido um direito a uma remuneração justa aos franqueadores.

6. Propriedade intelectual

Assim como em outros pontos já descritos acima, a nova Lei de franquias inovou quando da normatização das regras referentes à **propriedade** intelectual. Embora houvesse efetiva previsão da cessão do direito do uso de marca na lei revogada (artigo 2º da Lei 8.955/94), esta era feita de forma pontual, sem maiores explicações.

Na nova redação, o legislador foi cauteloso ao estipular que o franqueador deverá, necessariamente, ser o titular dos direitos de marca cedidos ou, ao me-

nos, ter expressa autorização do titular para formalização do ato jurídico (artigo 1º, parágrafo 1º, da nova lei). Percebe-se de forma clara que a nova redação garante maior segurança jurídica para o franqueado.

Ademais, além da manutenção e realização de pequenos acréscimos aos requisitos do COF referentes à propriedade intelectual, o novo texto normativo fez previsão expressa da aplicação das demais legislações nacionais que versem sobre a matéria de propriedade intelectual.

7. Franquia de empresa estatal

A nova lei permite que empresas estatais sejam franqueadas (artigo 1º, parágrafo 2º). Há que se observar como será o desenvolvimento dessa possibilidade, tendo em vista especialmente que o procedimento aplicável, inicialmente disciplinado pelo artigo 6º da lei, foi objeto de veto por recomendação do ministro da Economia, Paulo Guedes. O veto se deu por se entender aplicável a Lei das Estatais[3], de forma que seria este o marco regulatório a ser aplicado, ao menos inicialmente.

Conclusão

A nova Lei de Franquias é bem-vinda no mercado e

Continuação: Nova Lei de Franquias é estímulo a um mercado em ascensão

deve estimular ainda mais este setor que tanto tem se expandido em nosso país. Seus resultados gerais são de modernização, adequando-se ao mercado atual, assim como melhor regulamentação e melhor leitura da relação regulamentada, permitindo segurança, transparência e proveito econômico para as partes envolvidas. Trata-se de lei com diversos aspectos positivos e cujos impactos práticos devem ser igualmente benéficos para o mercado.

[1] TST - RR: 107463920175030157, relator: Alberto Luiz Bresciani de Fontan Pereira, Data de Julgamento: 03/04/2019, 3ª Turma, Data de Publicação: DEJT 12/04/2019

TST - RR: 1152120105040006, relator: Kátia Magalhães Arruda, Data de Julgamento: 10/06/2015, 6ª Turma, Data de Publicação: DEJT 12/06/201

[2] STJ. REsp 687.322, relator Carlos Alberto Menezes Direito. 3ª Turma. DJ: 21/09/2006.

[3] Mensagem de veto: http://www.planalto.gov.br/civil_03/_ato2019-2022/2019/Msg/VEP/VEP-730.htm

Justiça manda suspender sinal da Rede Brasil por dívida de direitos autorais

A Justiça recusou o recurso da Rede Brasil por uma dívida com o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad) e determinou que o sinal de transmissão da emissora fosse suspenso por operadoras de TV por assinatura e também do UHF.

O Ecad entrou com o processo, em 2011, cobrando pelos **direitos** autorais das obras veiculadas ao público (mensalidades vencidas e vincendas). A dívida chega a R\$ 400 mil.

Crédito:Reprodução

O caso foi transitado e julgado em 2012. Em dezembro do ano passado, a juíza Érika Ricci, da 1ª Vara Cível da Comarca de São Caetano do Sul (SP), determinou que o Ministério da Ciência e Tecnologia e

às empresas Claro TV, Algar Telecom, GVT TV, Net, Oi, Sky e Vivo suspendessem o sinal da Rede Brasil.

A emissora apresentou, então, um seguro no valor de R\$ 480 mil, que foi rejeitado pela Justiça. Na decisão, Ricci entendeu que a Fib Bank, que emitiu a carta de fiança, não é instituição bancária e "por isso não pode ser aceita, por ausência de segurança jurídica suficiente".

Além disso, o valor oferecido não tinha sido acrescido da multa de 30% prevista no parágrafo único do artigo 848 do Código de Processo Civil (CPC).

A Rede Brasil informou que segue com a programação normal em seu site oficial e na rede UHF.

Pequenos negócios são maioria entre as Indicações Geográficas brasileiras



O segmento do agronegócio, com 51 IGs, é o que mais agrega produtores, sendo que 85% delas estão concentradas no Sul, Sudeste e Nordeste, conforme levantamento do Sebrae lavoura, agronomia, agronegócio, agricultura,

O agronegócio, incluindo o segmento de Alimentos e Bebidas, é o segmento que reúne o maior número de **Indicações** Geográficas brasileiras. De um total de 67 IGs existentes no país, 51 estão no agronegócio (76% do total). Em seguida aparece o setor do artesanato, com 13,4% (9 IGs). Há pelo menos 17 anos, o Sebrae vem dando apoio aos pequenos negócios envolvidos com as **Indicações** Geográficas, em parceria com o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**).

Para o próximo triênio, o Sebrae vai fortalecer as origens vinculadas a produtos e serviços diferenciados, por meio de tecnologia e inovação, com o objetivo de alcançar novos mercados dentro do país e no exterior. Isso será feito com a identificação de potenciais IGs, aumento do número de IGs reconhecidas e por meio do apoio às IGs registradas para intensificarem a abordagem comercial de modo sustentável.

Os pequenos negócios têm destacada participação nos grupos de produtores de regiões reconhecidas como **Indicações** Geográficas por produzirem de forma artesanal, em pequena escala, em contraponto às

commodities. Um exemplo é a Indicação de Procedência da Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais, que reúne cerca de 9.200 produtores de café, sendo 89% desse total pequenos negócios. O potencial do país nesta área é fenomenal, considerando a sua dimensão continental e rica biodiversidade. Alguns produtos por excelência traduzem esse potencial, com base nos fatores naturais de cada região, considerando as possibilidades de exportação de café, mel, frutas e cachaça.

As Unidades da Federação com maior número de IGs registradas são: Minas Gerais, Rio Grande do Sul, e Paraná. As **Indicações** Geográficas estão concentradas principalmente nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste do país (85%). No Brasil, existem IGs de regiões produtoras de vinho, café, cacau, queijo, cachaça, artesanato (rendas, panelas de barro), mármore, calçados, dentre outras. Além disso, está em Recife a primeira e única indicação no segmento de serviços, que é o Porto Digital que reconhece a região como prestadora de serviços de qualidade em Tecnologia da Informação. Uma IG é definida como Indicação de Procedência (IP), baseada essencialmente na reputação da região junto aos consumidores e o mercado, ou **Denominação** de Origem (DO), baseada no vínculo entre o meio geográfico e o produto.

O Sebrae atua junto às IGs em três momentos. O primeiro é a Descoberta, quando é feita a identificação de potenciais IGs para busca do reconhecimento pelo **INPI**, por meio de diagnóstico desenvolvido pelo Sebrae. O segundo momento é a Estruturação, quando a instituição oferece apoio e orientação técnica aos produtores para organizar a governança local e as comprovações necessárias para o reconhecimento como IG pelo **INPI**. A Decolagem é o último estágio, onde o Sebrae realiza consultoria e orientação para ampliação da produtividade e do acesso a mercados (no país e exterior), por meio do Sebraetec. O Sebrae atua

Continuação: Pequenos negócios são maioria entre as Indicações Geográficas brasileiras

também no aprimoramento do marco legal das IGs no país e na promoção das IGs brasileiras no mercado interno e externo.

Confira a relação das IGs no Brasil. .

Metas do Sebrae para as IG até 2023:

150 potenciais IGs identificadas

nova plataforma Sebrae de promoção das IGs

34 novas IGs registradas no **INPI**

Selo brasileiro das IGs lançado

IGs de produtos de origem animal usando o Selo Arte

Gostou da nossa matéria? para assinar a nossa newsletter e receba mais conteúdos.

Índice remissivo de assuntos

Pirataria

3

Propriedade Intelectual

5

Direitos Autorais

8

Denominação de Origem

9

Marco regulatório | INPI

9