

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 03 de junho de 2020 às 07h58
Seleção de Notícias

Terra - Notícias | BR

Patentes

Impossible Foods consegue decisão liminar no caso de violação de marca registrada na UE 3

IstoÉ Online | BR

01 de junho de 2020 | Pirataria

Biblioteca digital de emergência é processada por violação de direitos autorais 5
AFP

Lauro Jardim - O Globo Online | BR

Pirataria

Ancine e Anatel criam força-tarefa contra pirataria na internet 6

Meio & Mensagem Online | BR

03 de junho de 2020 | Pirataria

Uma nova Gucci está surgindo? 7

Impossible Foods consegue decisão liminar no caso de violação de marca registrada na UE

Proeminente corte da União Europeia concedeu à Impossible Foods uma decisão preliminar esta semana, determinando o conglomerado global de alimentos Nestlé S.A. a parar de usar o nome do produto "Incredible Burger".

A Corte Distrital de Haia determinou, em 27 de maio, que o uso de "Incredible Burger" na Europa infringiu as marcas comerciais Impossible™ da Impossible Foods, incluindo Impossible Burger™ e provavelmente confundiu os clientes.

Como resultado, as subsidiárias da Nestlé na Europa estão proibidas de usar os produtos da marca "Incredible Burger". Se a marca não for retirada do mercado em quatro semanas, cada uma das 10 subsidiárias separadas da Nestlé envolvidas no caso estará sujeita a multa de EUR25.000 por dia -- uma multa de até EUR250.000 por subsidiária durante o período de duração da liminar.

"As pessoas buscam especificamente Impossible Burger porque é um produto superior único no mundo dos alimentos baseados em plantas", disse Dana Wagner, diretora jurídica da Impossible Foods. "Embora aplaudamos os esforços de outras empresas em desenvolver produtos à base de plantas, não queremos que os consumidores sejam confundidos por imitações. Estamos gratos pelo fato de a corte ter reconhecido a importância das nossas marcas comerciais e que tenha apoiado os nossos esforços para proteger a nossa marca contra a incursão de uma gigante multinacional poderosa".

Inovação -- não imitação

Impossible Foods fabrica carne a partir de plantas -- com uma pegada ambiental muito menor do que a carne de animais. A empresa norte-americana usa ciência e tecnologia modernas para criar alimentos saudáveis e nutritivos e alimentar uma população em

crescimento de forma sustentável.

Impossible Burger à base de plantas tem reconhecimento global pelos clientes por causa do seu gosto único, textura, gosto e características de cozimento muito similares à carne bovina. Impossible Burger é o resultado de quase uma década de ciência básica e pesquisa e desenvolvimento essenciais na sede da empresa, em Silicon Valley, na Califórnia.

Indicada como empresa do ano pela Inc. Magazine e uma das 50 empresas Genius pela Time Magazine, Impossible Foods possui um portfólio de propriedade intelectual com centenas de **patentes** e **patentes** pendentes. Sua propriedade intelectual inclui métodos para decodificar e fazer a engenharia reversa das bases moleculares e toda a experiência sensorial da carne derivada de animais, incluindo o gosto, cozimento, aquecimento e cheiro - e como recriar a experiência sem os animais.

Em sua sentença, a corte europeia endossou a validade da marca comercial Impossible Burger™ e observou as similaridades visuais, fonéticas e conceituais entre a marca comercial registrada e a marca "Incredible Burger" da Nestlé e citou provas consideráveis de que os consumidores e os comentaristas realmente ficaram confusos com a similaridade nos nomes. A corte também declarou que a Nestlé, a maior empresa de alimentos do mundo, pareceu deliberadamente tentar impedir a entrada da Impossible Foods no mercado europeu, na esperança de capitalizar com a força da marca da Impossible Foods ao promover seus próprios alimentos baseados em plantas sob um nome similar.

Para comunicados à empresa completos com mais detalhes sobre a propriedade intelectual da Impossible Foods e o caso contra a Nestlé, .

Mais informações: impossiblefoods.com Twitter Fa-

Continuação: Impossible Foods consegue decisão liminar no caso de violação de marca registrada na UE

cebook Instagram YouTube Medium LinkedIn

Keely Sulprizio

Kit de mídia: www.impossiblefoods.com/media

keely.sulprizio@impossiblefoods.com

O texto no idioma original deste anúncio é a versão oficial autorizada. As traduções são fornecidas apenas como uma facilidade e devem se referir ao texto no idioma original, que é a única versão do texto que tem efeito legal.

415-656-6811

Fonte:

BUSINESS WIRE

Ver a versão original em [businesswire.com](https://www.businesswire.com): [https://w](https://www.businesswire.com/news/home/20200602005911/pt/)

: Pandemia tira a máscara do falso profissionalismo dos árbitros de futebol assistir Pandemia tira a máscara do falso profissionalismo dos árbitros de futebol

www.businesswire.com/news/home/20200602005911/pt/

Contato:

Biblioteca digital de emergência é processada por violação de direitos autorais



Biblioteca digital de emergência é processada por violação de **direitos** autorais

Quatro grandes editoras apresentaram uma queixa nesta segunda-feira, nos Estados Unidos, contra uma biblioteca digital que oferece acesso gratuito a mais de 1 milhão de livros durante a pandemia.

A plataforma **Internet** Archive criou em março uma "biblioteca nacional de emergência", oferecendo gratuitamente 1,4 milhão de livros digitais, em resposta ao fechamento de bibliotecas físicas durante a pandemia do novo coronavírus.

As editoras Hachette (grupo Lagardère), HarperCollins, John Wiley & Sons e Penguin Random House consideraram a iniciativa um ato de **pirataria** levado adiante sob o pretexto de interesse geral, e entraram com um processo por violação de **direitos** autorais.

"A **Internet** Archive comete e promove a violação de **direitos** autorais em larga escala" denunciou Maria Pallante, presidente da associação profissional de editoras americanas, à qual pertencem as quatro demandantes.

A **Internet** Archive, empresa californiana especializada em arquivos da web, afirma ter con-

sultado bibliotecas públicas e acadêmicas, e que especialistas em copyright expressaram que a biblioteca de emergência operava dentro do marco legal, à luz do fechamento das bibliotecas físicas.

John Bergmayer, da associação de defesa do consumidor Public Knowledge, lamentou a apresentação da queixa. Segundo ele, a criação desta biblioteca digital gratuita se justificava durante a pandemia, uma vez que a maioria dos livros impressos se tornaram, de fato, inacessíveis.

"Pedimos a criação de uma lei que esclareça o direito das bibliotecas de colocar os livros impressos à disposição dos clientes por via eletrônica, para que possam ser úteis para os eleitores em tempos de emergência", sugeriu Bergmayer.

"Não há diferença entre o que a **Internet** Archive faz e atirar um tijolo contra a vitrine de uma mercearia, distribuir os alimentos e, depois, felicitar-se por ter prestado um serviço ao público", comparou Douglas Preston, da Authors Guild, organização profissional que representa os autores.

Ancine e Anatel criam força-tarefa contra pirataria na internet

A Ancine e a Anatel formaram um grupo de trabalho para discutir uma regulamentação conjunta para tirar do ar mais rapidamente sites que disponibilizam conteúdo audiovisual pirata na **internet**.

As agências querem possibilitar o bloqueio dos sites que violam **direitos** autorais sem precisar de intervenção judicial, tirando-os do ar imediatamente. Servidores da Ancine e Anatel vão realizar estudos técnicos para produzir uma Análise de Impacto Regulatório sobre o tema.

Uma nova Gucci está surgindo?



Diretor criativo da grife italiana, Alessandro Michele, reduziu número de desfiles e considera o calendário da moda obsoleto. A depender do atual diretor criativo da grife italiana Gucci - hoje parte do portfólio de "maisons" do grupo de luxo francês Kering - a marca irá diminuir o ritmo a que toda a indústria da moda tem se submetido não é de hoje. Esse excesso, aliás, leva a práticas que chocam muita gente, como a destruição de produtos que valem milhares de dólares quando não são vendidos ou perdem validade (caso dos cosméticos e perfumes). Mesmo o argumento de que isso é feito em último caso e para proteger a propriedade intelectual das marcas e sua exclusividade, evitando **falsificações** - que as grifes de fato sofrem muito - não consegue ter legitimidade no mundo hoje.

Assim, recentemente, Alessandro Michele, que está à frente da direção criativa da Gucci desde 2015, utilizou uma conferência de imprensa virtual em Roma para anunciar que a empresa iria reduzir seus desfiles de cinco para apenas dois por ano. Na ocasião, também afirmou que o calendário da moda é obsoleto, com sua divisão clássica primavera-verão, outono-inverno. Com isso, seus planos são apresentar coleções liberas dessa marcação de estações. A pandemia já tinha feito desfiles de apresentações de coleções masculina e alta costura, no hemisfério norte, serem cancelados em junho e julho e terem sua edição de setembro ameaçada.

Michele também havia se manifestado na conta de Instagram da marca, durante esta pandemia, no que

chamou de "Notes from the Silence" (Notas do silêncio), em que, por exemplo, afirmou "Acima de tudo, compreendemos que fomos longe demais. Nossas ações imprudentes atearam fogo à casa na qual vivemos. Concebemos a nós mesmos como separados da natureza, nos sentimos astutos e todo-poderosos. Usurpamos a natureza, a dominamos e machucamos () Tanta ganância escandalosa nos fez perder a harmonia e o cuidado, a conexão e senso de pertencimento".

Em outra postagem, no início de abril, falava em termos de pensar sobre aquilo que não gostaríamos que continuasse da forma como era. "Porque o maior risco para o nosso amanhã é abdicar da nossa responsabilidade de uma verdadeira e necessária descontinuidade", afirmou Michele. No fim do mesmo mês, dizia que a mudança que imaginava envolvia a capacidade de se reconectar com as razões mais profundas que o fizeram ingressar no mundo da moda e que sentia necessidade de renovar um compromisso, purificando o essencial ao se livrar do desnecessário. Finalmente, no início de maio, numa nota chamada "Um novo universo criativo", afirmou que a nova possibilidade de se manifestar não pode estar "constrangida pela tirania da velocidade", e dizia sentir a necessidade de um tempo diferente, livre das imposições dos deadlines alheios, que arriscam humilhar a criatividade.

O anúncio dessa redução de desfiles e no ritmo de criação de produtos é considerada marcante pelo fato de que a Gucci é a marca mais poderosa a apoiar um movimento rumo a um sistema de produção de moda mais enxuto e com menos desperdício. Ano passado, a receita da Gucci foi de 9,6 bilhões de euros, contra 2 bilhões de euros da Saint Laurent, do mesmo grupo ao qual pertencem, ainda, marcas como Balenciaga e Bottega Veneta. Esse poder de mudança, poderia, assim, exercer influência não somente sobre as demais marcas do grupo, mas toda a indústria.

Mostrando uma inclinação também a temas que vão

Continuação: Uma nova Gucci está surgindo?

além da sustentabilidade ambiental, há cinco dias, em seu Instagram, a Gucci também compartilhou mensagem da artista e ativista americana Cleo Wade, iniciada com a frase "O mundo dirá a você: 'Precisamos acabar com o racismo'. Comece por curar esse problema em sua própria família". A mensagem veio

depois da morte de George Floyd, cidadão negro, em Minneapolis, nos Estados Unidos. Ele morreu asfixiado por policiais brancos numa abordagem após um comerciante denunciá-lo por tentar comprar cigarros com uma nota falsa de US\$ 20.

Índice remissivo de assuntos

Patentes

3

Direitos Autorais

5, 6

Pirataria

5, 6, 7