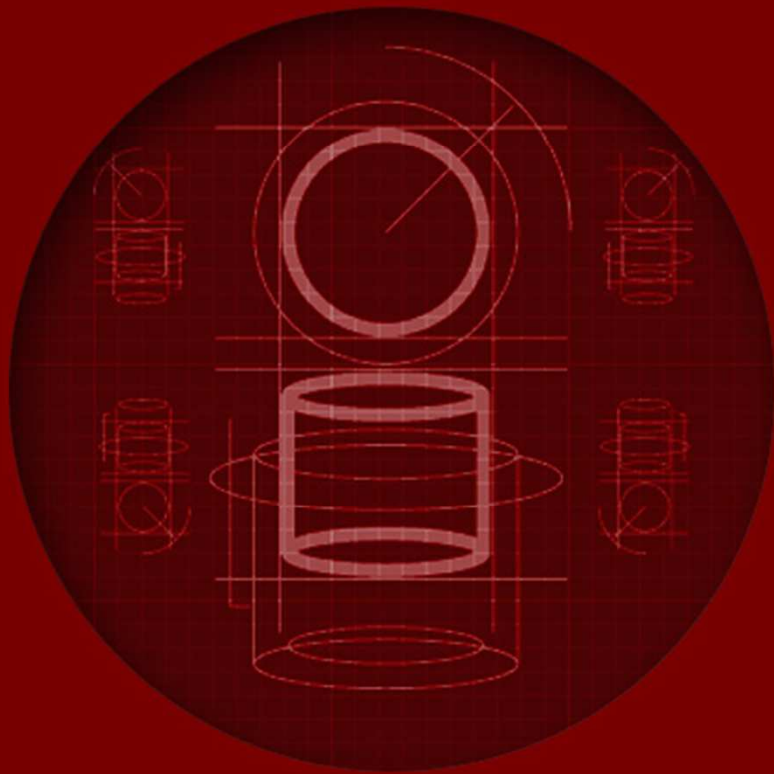


BRasilSul
PROPRIEDADE INTELECTUAL

PROPRIEDADE INTELECTUAL E A IMPORTÂNCIA DA PROTEÇÃO

- **O valor da marca como patrimônio ativo da empresa**
- **Aquisições de marcas, um bem valioso nas negociações empresariais.**
- **Globalização e a importância da proteção internacional de marcas**
- **Comunicação e Identidade visual no registro da marca na era online**

PROPRIEDADE INTELECTUAL



- **Direito Autoral**
- **Software**
- **Patentes**
- **Desenho Industrial**
- **Marcas**
- **Segredo industrial**

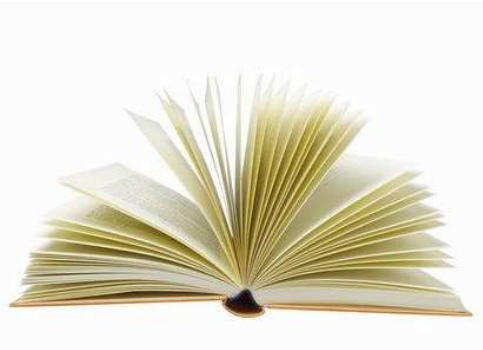


DIREITOS AUTORAIS

Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

- **O que é ?**
- **Qual a importância ?**

- **Prazo e Abrangência da Proteção**
- **Direitos de Autor**
- **Direitos patrimoniais**
- **Cessão de Direitos**



**Obra literária:
Biblioteca Nacional**

**Personagem / Obra Artística:
Belas Artes**

**Música:
Escola de Música - RJ**

SOFTWARE

Lei 9609/1998

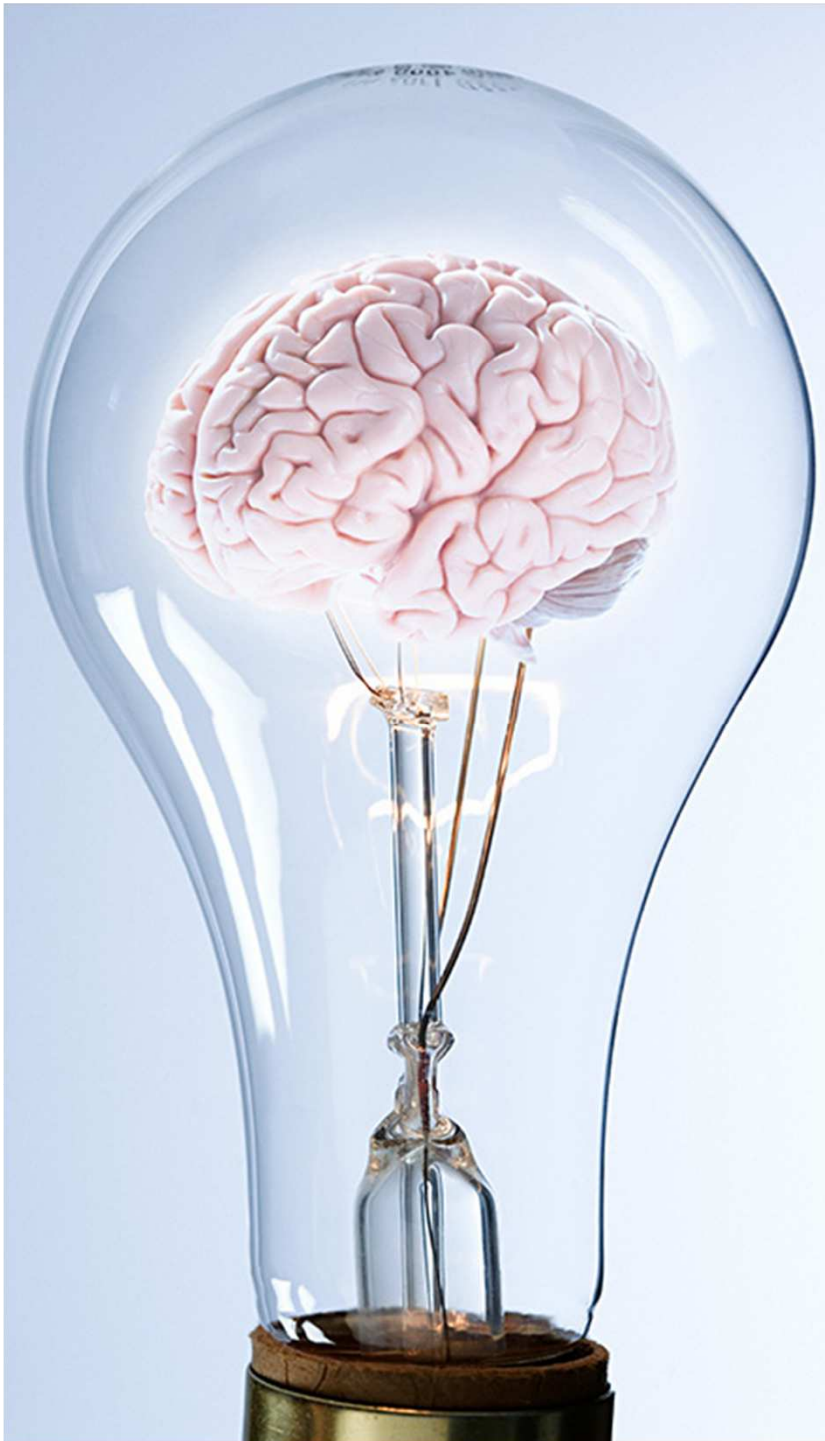
Natureza de direito
autoral – depósito
no INPI (apenas
para garantir prova
de anterioridade)



INPI

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

- Autarquia federal ligada ao Ministério da Indústria e Comércio, com sede na cidade do Rio de Janeiro e Delegacias regionais nas demais capitais dos estados;
- Responsável pelo registro da propriedade industrial no território nacional;
- RPI - Revista da Propriedade Industrial;



PATENTES

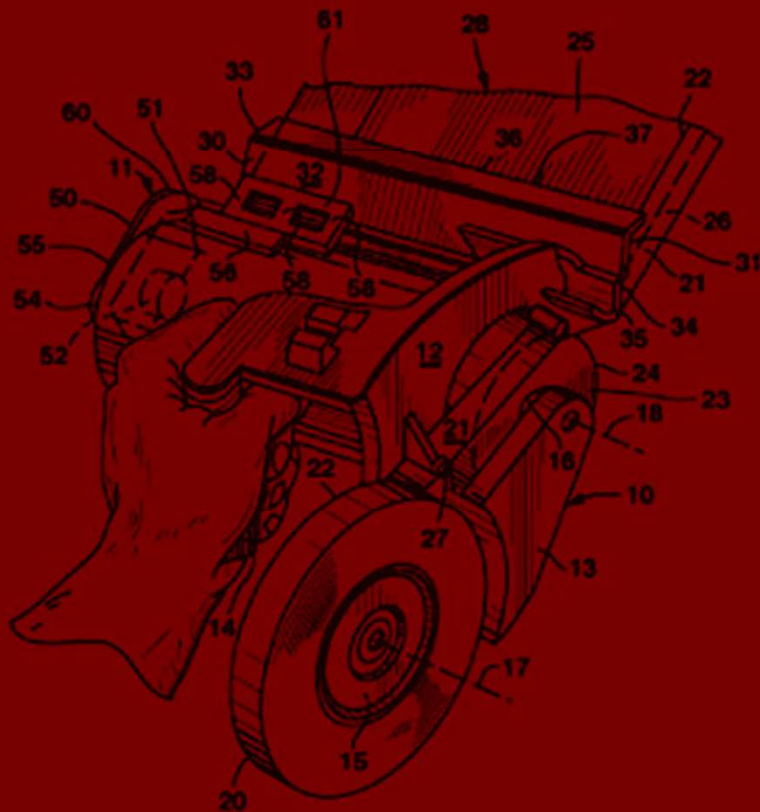
Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996.

- **Objeto do Registro**
- **Prazo e Abrangência da Proteção**
- **O que é patenteável ?**
 - Novidade;
 - Atividade Inventiva;
 - Industriabilidade;
- **Inventor / Titular**
 - Cessão de Direitos;
 - Licenciamento.

• TIPOS DE PATENTE / VALIDADE

Patente de Invenção - 20 anos;

Modelo de Utilidade - 15 anos;



• Processo para Depósito

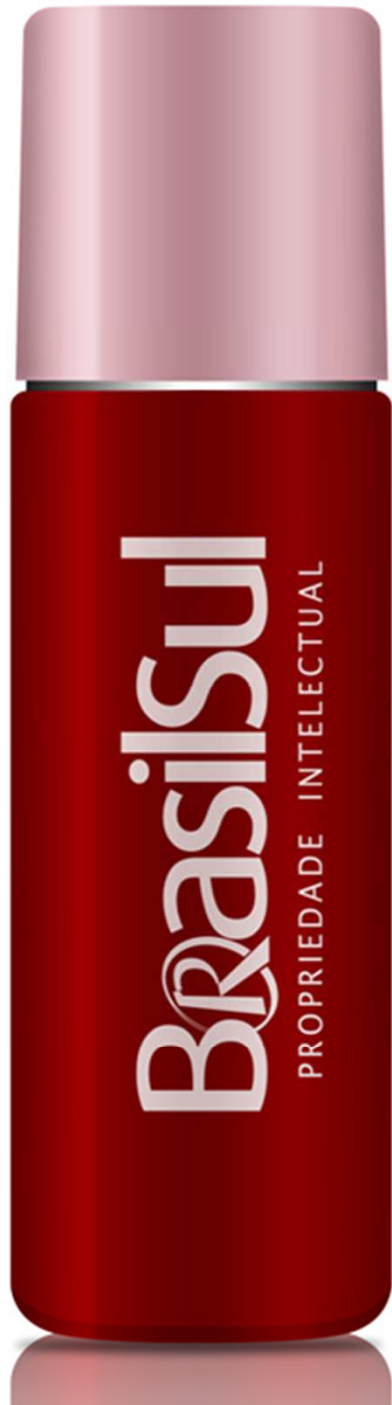
- Descritivo;
- Reivindicações
- Desenho;
- Protocolo.

• Depósito no Exterior

MODELO DE UTILIDADE



- **Melhoria funcional do que já existe**
- **Aplicação industrial**
- **Prazo de vigência: 15 anos contados da data do depósito**



DESENHO INDUSTRIAL

*** Antes era tratado como modelo de utilidade**

*** Forma plástica ornamental de um objeto ou um conjunto de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial**

***Vigência - 10 anos + 3 períodos de 05 anos;**



TRADE DRESS

Proteção ao conjunto de imagem ou a proteção da aparência de produtos e serviços.

CONCORRÊNCIA DESLEAL



CONCORRÊNCIA DESLEAL



Chery QQ



Chevy Spark



MARCAS

Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996.

- **Objetivo do Registro**

- Garantir a proteção de Procedência, origem e qualidade do produto ou serviço

- Identificação do Produto ou serviço no mercado

- **Prazo e Abrangência da Proteção**

- Classificação de produtos /serviços;

- Registro no Exterior;

- Valor das Marcas.



APRESENTAÇÃO DA MARCA

• Marcas Nominativas

COPEL DAMASCO BOURBON

GAZETA DO POVO TODESCHINI

• Marcas Figurativas



• Marcas Mistas



• Marca Tridimensional



MARCAS QUANTO AO USO

- Marcas Coletivas



- Marcas de Certificação



Marcas que se tornam genéricas (sinônimo de Produto / serviço)

xerox 


WALKMAN

VITROLA

ASPIRINA[®]

ISOPOR

Gillette[®]


LYCRA[®]
www.lycra.com

Marcas Notórias / Marcas de Alto Renome



Evolução das grandes marcas



(1847)



(1889)



(1910)



(1948)



(1964)



(1976)



(1998)

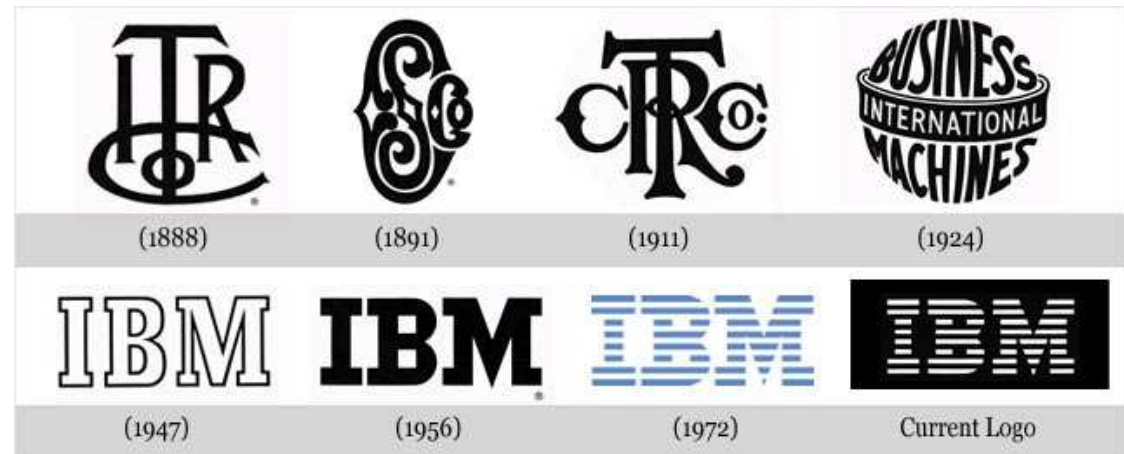


(2002)



Current Logo
(Since 2010)

Evolução das grandes marcas



Evolução das grandes marcas



AS MAIS FORTES





















As marcas nas quais o consumidor brasileiro tem mais lealdade (em pontos)

Legenda: ↑ (subiu) = (igual) ↓ (calou)

P O S I Ç Ã O	S I T U A Ç Ã O	Marcas	Força da marca		Variação
			2009	2010	2010/2009
1	↑	McDonald's	94	100	7%
2	↑	Coca-Cola	83	98	18%
3	↑	Porto Seguro	45	74	63%
4	↓	Petrobras/BR	83	72	-14%
5	↓	Omo	100	69	-31%
6	↑	Nokia	52	56	6%
7	↑	Apple	n/a	51	n/a
8	↑	Rexona	39	50	28%
9	↑	Johnnie Walker	n/a	43	n/a
10	↑	Oral B	n/a	40	n/a
11	=	Pão de Açúcar	36	37	2%
12	↑	Carrefour	29	34	19%
13	↑	Natura	n/a	33	n/a
14	↑	Skol	n/a	32	n/a
15	↑	Extra	n/a	32	n/a
16	↓	Sorriso	34	30	-10%
17	↑	Caixa Econômica Federal	n/a	29	n/a
18	↑	Banco do Brasil	27	29	9%
19	↑	Avon	n/a	28	n/a
20	↑	HP (Hewlett Packard)	n/a	28	n/a

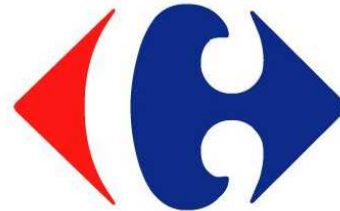
Fonte: BrandAnalytics/Millward Brown

AS 20 MARCAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO EM 2011

2011	2010					CRESC.
1	1		United States	Beverages	71,861	2%
2	2		United States	Business Services	69,905	8%
3	3		United States	Computer Software	59,087	-3%
4	4		United States	Internet Services	55,317	27%
5	5		United States	Diversified	42,808	0%
6	6		United States	Restaurants	35,593	6%
7	7		United States	Electronics	35,217	10%
8	17		United States	Electronics	33,492	58%
9	9		United States	Media	29,018	1%
10	10		United States	Electronics	28,479	6%
11	11		Japan	Automotive	27,764	6%
12	12		Germany	Automotive	27,445	9%
13	14		United States	Business Services	25,309	9%
14	8		Finland	Electronics	25,071	-15%
15	15		Germany	Automotive	24,554	10%
16	13		United States	FMCG	23,997	3%
17	19		South Korea	Electronics	23,430	20%
18	16		France	Luxury	23,172	6%
19	20		Japan	Automotive	19,431	5%
20	22		United States	Business Services	17,262	16%

IDENTIDADE VISUAL

Identificação de Qualidade da Marca



Países com marcas protegidas pela BrasilSul



África do Sul - Alemanha - Arábia Saudita - Argentina - Austrália - Azerbaijão - Bulgária - Canadá - Chile - China - Cingapura - Colômbia - Coreia do Norte - Coreia do Sul - Costa Rica - Croácia - Eslovênia - Espanha - Estados Unidos - Filipinas - Finlândia - França - Guatemala - Holanda - Hong Kong - Hungria - Ilhas Seychelles - Ilhas Virgens - Inglaterra - Irlanda - Itália - Japão - Látvia - Luxemburgo - Malásia - México - Panamá - Paraguai - Peru - Polônia - Portugal - República Dominicana - Rússia - Suécia - Taiwan - Turquia - Uruguai - Venezuela - Vietnam

PRINCIPAIS CLIENTES NACIONAIS



BERGERSON



GAZETA DO POVO



Nilko



ADEMILAR
consórcio de imóveis



BalTec

PRINCIPAIS CLIENTES INTERNACIONAIS



SE AS EMPRESAS NÃO CUIDASSEM DE SUAS MARCAS



Apple



BRasilSul

PROPRIEDADE INTELECTUAL


Coelho Pereira
Advogados Associados


BRASILSUL.DESIGN


Brazil Innovation Commerce

www.brazilsul.com.br

Curitiba
(41) 3362.1003

Caxias do Sul
(54) 8135.5432