

TRADEDRESS

NA TEORIA E NA PRÁTICA

Aula 08



- Introdução à Proteção da Moda pela PI
- Tendência x Inspiração x Plágio
- A Concorrência Parasitária no segmento da Moda
- Níveis de Concorrência e público-alvo
- Trade Dress v. Direito Autoral na Moda
- Confusão Reversa na Moda

Professora Deborah Portilho

Rio de Janeiro, 19 de março de 2024

Coordenação: Deborah Portilho



Para citação do conteúdo desta aula:

- PORTILHO, Deborah. *Proteção da Moda pela PI; Tendência, Inspiração e Plágio; A Concorrência Parasitária no segmento da Moda; Níveis de Concorrência e Público-Alvo; Confusão Reversa*. Aula 8, 2016-2024, 164 slides (arquivo PDF). In: PORTILHO, Deborah (Coord.). **Curso TRADE DRESS: na Teoria e na Prática**. Rio de Janeiro: D.PORTILHO ACADEMY, 02 abr. 2024.

© Deborah Portilho, 2005-2024



Introdução à Proteção da **Moda** pela PI

(aspectos ornamentais)

© Deborah Portilho

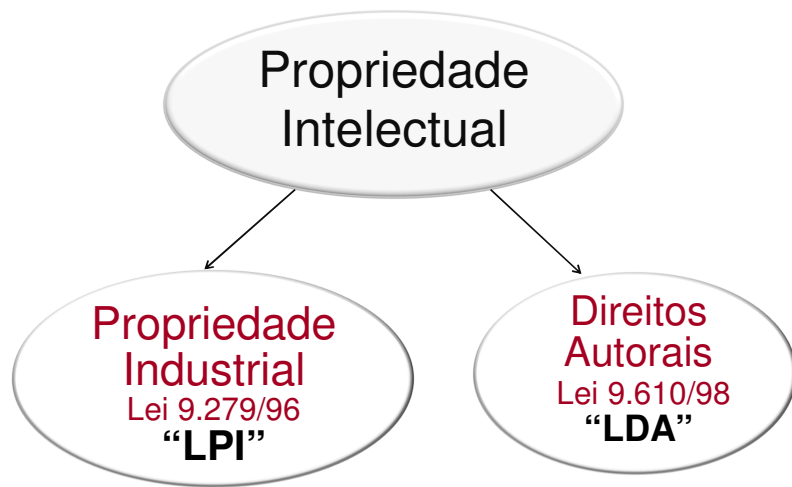


Legislação



A legislação brasileira **não** dispõe de regras específicas para a **proteção da moda**

© Deborah Portilho, 2005-2024

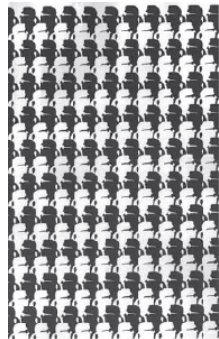


LEI DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL Nº 9.279/96

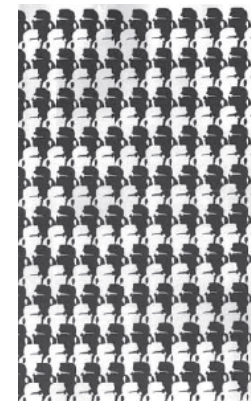


Desenhos Industriais (DI)

BIDIMENSIONAL TRIDIMENSIONAL



Registro de DI



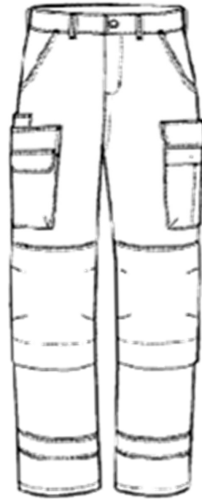
KARL LAGERFELD



Padrão Ornamental aplicado em Tecido

Registros de DI

Configuração aplicada em vestuário



© Deborah Portilho, 2005-2024

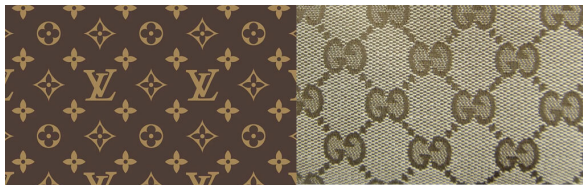
Desenho Industrial (DI)

10 anos +
3 períodos de 5 anos
= 25 anos



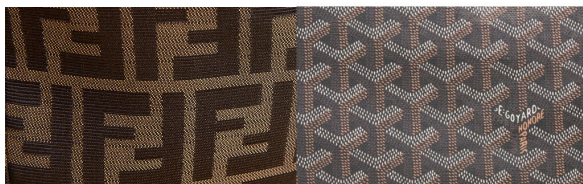
© Deborah Portilho, 2005-2024

MARCAS



LOUIS VUITTON

GUCCI



FENDI

GOYARD

© Deborah Portilho, 2005-2024

Vigência do Registro de **MARCA**[®]

10 ANOS 10 ANOS 10 ANOS 10 ANOS 10 ANOS

© Deborah Portilho, 2005-2024

LEI DE DIREITOS AUTORAIS Nº 9.610/98



© Deborah Portilho, 2005-2024

Lei 9.610/98 - LDA

Art. 7º

São obras intelectuais protegidas **as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:**

© Deborah Portilho, 2005-2024

Lei 9.610/98 - LDA

Art. 8º

Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:

[...];

© Deborah Portilho, 2005-2024

O Direito Autoral nasce
com

a criação/
exteriorização da obra

© Debor



© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho,

Qual a diferença entre

Tendência,
Inspiração
e
Plágio



© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024

Tendência



FOTO: CHICO CERCHIARO

Tendência é inclinação. Pode ou não acontecer.

É erro recorrente na moda, o uso da palavra tendência, como algo que já está sendo usado por todos.

Se é consenso não é mais tendência, é confirmação.

Paula Acioli

think PROFASHIONAL

© Deborah Portilho, 2005-2024

PANTONE - COLOR OF THE YEAR: 2000 - 2024

2000's



2010's



2020's



© Deborah Portilho, 2005-2024

Tendências



FUTILISH

© Deborah Portilho, 2005-2024

Bureaux de TENDÊNCIAS

PANTONE TENDÊNCIAS

WGSN

Peclers Paris

...fashioning the future

usefashion

real time in fashion business

© Deborah Portilho, 2005-2024

Inspiração



Fonte da imagem: <<http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2014/07/icone-da-beleza-e-da-rebelia-marlon-brando-morreu-ha-dez-anos.html>>

Fonte da imagem "Vogue, Model wearing Dior by Yves Saint Laurent leather jacket, 1960":

<<http://www.shrimptoncouture.com/blogs/curate/12886513-beyond-rebellion>>

© Deborah Portilho, 2005-2024



Inspiração de Karl Lagerfeld em sua gata Choupette



Sapatilha da coleção de Lagerfeld para Melissa

Fonte da imagem: , <http://www.thefashionspot.com/buzz-news/latest-news/175669-i-guess-you-should-watch-this-choupette-video/>>

© Deborah Portilho, 2005-2024



Dolce & Gabbana cria vestido inspirado em obra de Romero Britto

REDAÇÃO - O ESTADO DE S.PAULO

19/04/2018, 15:20

Peça desfilada no museu Soumaya, na Cidade do México, será doada ao acervo da instituição

<https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,dolce-e-gabbana-cria-vestido-inspirado-em-obra-de-romero-britto,70002275444?fbclid=IwAR1AF9DBdIAd-M34oA12MkqRTRIKFamxg3U-jsXP3gXKTZ2OU2xVJ6syKBc>

© Deborah Portilho, 2005-2024



O vestido da Alta Moda Dolce & Gabbana, que traz estampa inspirada na obra de Romero Britto
Foto: Cortesia Dolce & Gabbana

© Deborah Portilho,



BY HELEN LEE / FEBRUARY 26, 2008
MARC JACOBS TAKES INSPIRATION FROM SWEDISH VILLAGERS
 Inspiração?!



<http://www.sassybella.com/2008/02/marc-jacobs-takes-inspiration-from-swedish-villagers/>

© Deborah Portilho, 2005-2024

PLÁGIO!



http://www.counterfeitchic.com/2008/02/marc_jacobs_swedish_smorgasbor.php

© Deborah Portilho, 2005-2024

E essa?



HERVE LEGER



skazi

“Coincidência Fashion”



“Coincidência Fashion”

Que alfinetada!

A marca belo-horizontina Skazi acabou dando um ponto sem nó no Instagram nesta semana. Empolgada com uma foto postada pela atriz **Marina Ruy Barbosa**, a grife a reproduziu em sua rede social: “PERFETA com nosso red dress”. Imediatamente, várias garotas perguntaram onde encontrar a peça. “Com nossas revendedoras”, explicou a Skazi. Qual foi a surpresa quando a própria **Marina** corrigiu a informação. Na verdade, o vestido era da grife francesa **Hervé Léger**. “Foi um erro do nosso marketing”, explicou o estilista **Eduardo Amarante**, garantindo que o vestido criado por ele é de uma coleção muito antiga. Alguém foi plagiado? “O que posso dizer é que trata-se de uma coincidência fashion”, diz Amarante.



Fonte: Fashionistas por Lei:
<https://www.facebook.com/fashionistasporlei/photos/a.297470853724352.1073741829.272515016219936/503454119792690/?type=1&theater>

© Deborah Portilho, 2005-2024

© Deborah Portilho, 2005-2024

Mas o Direito Autoral pode proteger peças de roupas contra possíveis "PLÁGIOS" ?

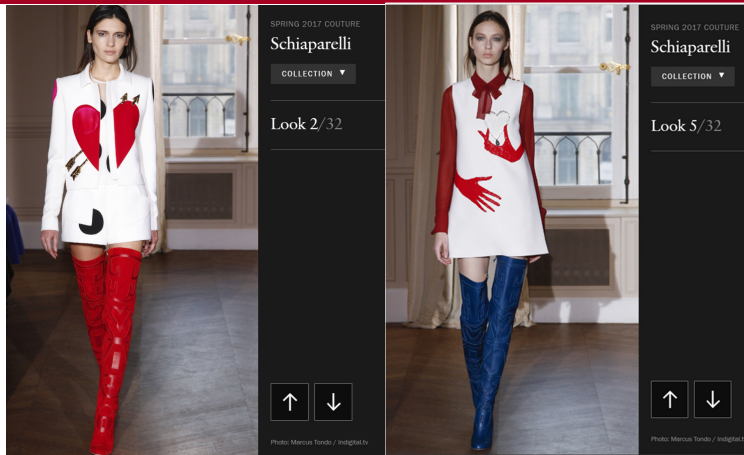
© Deborah Portilho, 2005-2024

Neste caso, sim!



© Deborah Portilho, 2005-2024

Schiaparelli



<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/schiaparelli/slideshow/collection#2>

© Deborah Portilho, 2005-2024

Direito Autoral, com certeza!



© Deborah Portilho, 2005-2024

E neste?



Neste, dificilmente...

André Pajón skazi
MEDELLÍN

© Deborah Portilho, 2005-2024

E neste?



© Deborah Portilho, 2005-2024

ILCA MARIA ESTEVÃO

De novo: Farm é acusada de plágio em sua nova linha de Carnaval

22/01/2020 16:43,



A estilista Ligia Parreira, dona da marca Devassas.com, afirma que etiqueta carioca copiou estampa usada em seus produtos há 10 anos

<https://www.metropoles.com/colunas-blogs/ilca-maria-estevao/de-novo-farm-e-acusada-de-plagio-em-sua-nova-linha-de-carnaval>

© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024

- Padronagem da estilista já estampou até capa de jornal
- Em post da última sexta-feira (17/01/2020), a estilista não escondeu sua revolta ao analisar a situação e pediu que seus amigos e clientes compartilhassem a publicação para o caso ganhar visibilidade nas mídias.

As estampas são parecidas pois elas se inspiram no mesmo grafismo: o do saquinho da pipoca.

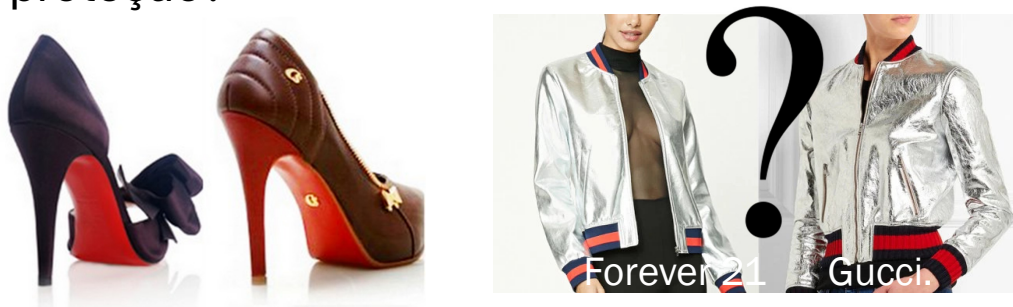


© Deborah Portilho, 2005-2024

Segundo Rodrigo Ouro Preto, advogado da FARM, 'não há proteção jurídica para **'ideias'** no sistema de propriedade intelectual, como a ideia de criar e utilizar uma fantasia envolvendo sacos de pipocas e estampas com o tema, conforme estabelece o inciso I, do artigo 8º, da Lei de Direitos Autorais, de modo que não houve violação, infração ou cópia por parte da FARM. Ninguém tem exclusividade sobre um tema de fantasia carnavalesca, inclusive costumes de pipocas e seus adereços, nem Lígia e tampouco a FARM, podendo-se admitir que outro designer crie sua própria fantasia de pipoca, desde que os desenhos característicos e originais de cada um desses dois trabalhos anteriores não sejam copiados, e mesmo que este se inspire nas "ideias" deixadas pelos dois trajes anteriores objeto desta matéria.

© Deborah Portilho, 2005-2024

E quando a criação **não pode** ser protegida pelo **DA** e **não foi** registrada como **DI** nem como **marca**, ainda existe possibilidade de proteção?



Nesses casos, a **proteção** pode ser feita por **TRADE DRESS (concorrência desleal)**



© Deborah Portilho, 2005-2024

Já nesses casos, a proteção se dá apenas por meio da repressão à **Concorrência Desleal**, especialmente a **Concorrência Parasitária**



© Deborah Portilho, 2005-2024

- O que o sistema protetivo concorrencial procura coibir é o aproveitamento indevido de conjunto-imagem alheio, por meio da adoção de práticas que causem confusão entre produtos ou serviços concorrentes, resultando em prejuízo ao respectivo titular e ao consumidor.
- Com base nesse entendimento, a 1ª Câmara de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo condenou uma empresa por **concorrência desleal** ao comercializar um modelo de sapato semelhante ao Crocs. O relator, desembargador Franco de Godoi, embasou a decisão em perícia que constatou distinções mínimas entre os produtos, "irrelevantes aos olhos do consumidor".
- Para o magistrado, *"numa visão geral, os calçados são absolutamente idênticos"*. Ele citou precedente do Superior Tribunal de Justiça no sentido de que **a proteção ao "trade dress" independe da existência de registro junto ao órgão competente. "E o fato de outras empresas também fabricarem e comercializarem produtos idênticos àqueles objetos da lide tampouco induz à conclusão de que os modelos se encontram em domínio público"**, completou.

© Deborah Portilho, 2005-2024

DESVIO DE CLIENTELA

Empresa é condenada pelo TJ-SP por vender sapatos semelhantes ao Crocs

17 de abril de 2021

Por Tábata Viapiana



https://www.conjur.com.br/2021-abr-17/empresa-condenada-tj-sp-vender-sapato-semelhante-crcos?utm_source=dvr.it&utm_medium=facebook&fbclid=IwAR3iI0CDIt1LXfvt8P7WAFh1Eq9FNbWaLj3-3LfiELtiwn7iNRNd-p10jp0

© Deborah Portilho, 2005-2024

- Godoi votou para reformar sentença de primeira instância, que havia julgado improcedente a ação movida pela fabricante do Crocs. Para o desembargador, **restou configurada a prática da concorrência desleal pela ré em razão da "notória semelhança" entre os produtos e o comprovado desvio de clientela**, uma vez que a empresa também se aproveitou da expressão "Crocs" para vender seus sapatos.
- Por unanimidade, a turma julgadora condenou a ré ao pagamento de indenização por lucros cessantes, nos termos do artigo 210 da Lei da Propriedade Intelectual, cujo valor será auferido em fase de liquidação de sentença. Além disso, a ré foi condenada ao pagamento de indenização por danos morais à fabricante do Crocs, no valor de R\$ 30 mil.
- *"No tocante aos danos morais, é certo que a atitude da ré ao fabricar e comercializar produto idêntico ao das autoras, somado ao evidente desvio de clientela, foi suficiente a atingir a imagem e reputação destas"*, disse Godoi. Por fim, a ré deve se abster de comercializar os sapatos semelhantes ao Crocs, **sob pena de multa diária de R\$ 1 mil, limitada a R\$ 100 mil.**
- Processo 1090308-66.2017.8.26.0100

© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024



I	II	III	IV	V	VI
APLICAÇÃO DA MARCA EM MATERIAL EMBORRACHADO NA PARTE CENTRAL DOS PRODUTOS	COSTURA APARENTE DESTACADA	PUXADORES C/ APLICAÇÃO METÁLICA AO CENTRO E PLÁSTICO NA PARTE MAIS EXTERNA	ZÍPERES GRANDES E VISÍVEIS	NYLON ESTONADO	MASCOTES EM PELÚCIA

© Prof. Dra. Sonia D'Elboux

50



© Prof. Dra. Sonia D'Elboux

51

PROCESSO: nº 1080716-61.2018.8.26.0100

LAUDO PERICIAL		
Ed.	1	Folha 10/48



I	II	III	IV	V
COSTURA AMBIENTE DESTACADA	NYLON ESTONADO	OS PUXADORES C/ APLICAÇÃO METÁLICA AO CENTRO E BORRACHA NA PARTE MAIS EXTERNA	OS ZÍPERES INCLINADOS DE FORMA ASCENDENTE EM DIREÇÃO AO CENTRO DA MOCHELA	APLICAÇÃO DA MARCA EM MATERIAL EMBORRACHADO NA PARTE CENTRAL DA MOCHELA

© Prof. Dra. Sonia D'Elboux

52

Trecho do Laudo Pericial



Ao se levar em conta todas **as análises e confrontos realizados** entre os produtos da autora e os da ré, indicados na petição inicial, **não resta dúvidas de que houve violação do conjunto-imagem ou 'trade dress' da autora**. Embora existam alguns detalhes com pequenas diferenças, quando se analise **a somatória dos signos utilizados pela ré**, estes detalhes **não conseguem gerar distinção** entre os produtos dos litigantes, **podendo gerar confusão** ao consumidor comum e desatento. **Isto posto, sim houve violação do conjunto-imagem ou 'trade dress' da marca da Kipling pela ré Vivatti** (fls. 601 grifos originais).



© Deborah Portilho, 2005-2024



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Voto nº 14868

Apelação Cível nº 1080716-61.2018.8.26.0100

Apelante: VVT Modas Comércio, Importação e Exportação Ltda.

Apelado: Kipling Apparel Corp.

Comarca: São Paulo

Juiz (a): Renata Mota Maciel

Ação de abstenção de fazer c/c indenização por perdas e danos – Alegado cerceamento de defesa pela ausência de produção de nova prova pericial – Afastamento – Confeção e comércio de bolsas, mochilas e acessórios – Trade dress – Confusão no consumidores e concorrência desleal – Existência – Apontamento, inclusive, em regular laudo pericial – Danos materiais e morais devidos – Sentença mantida – Recurso desprovido.

© Deborah Portilho, 2005-2024

Crime de Concorrência Desleal

(de acordo com o art. 195, III, da LPI)



relação de concorrência
entre as empresas



desvio de clientela
decorrente de emprego de
“meio fraudulento”

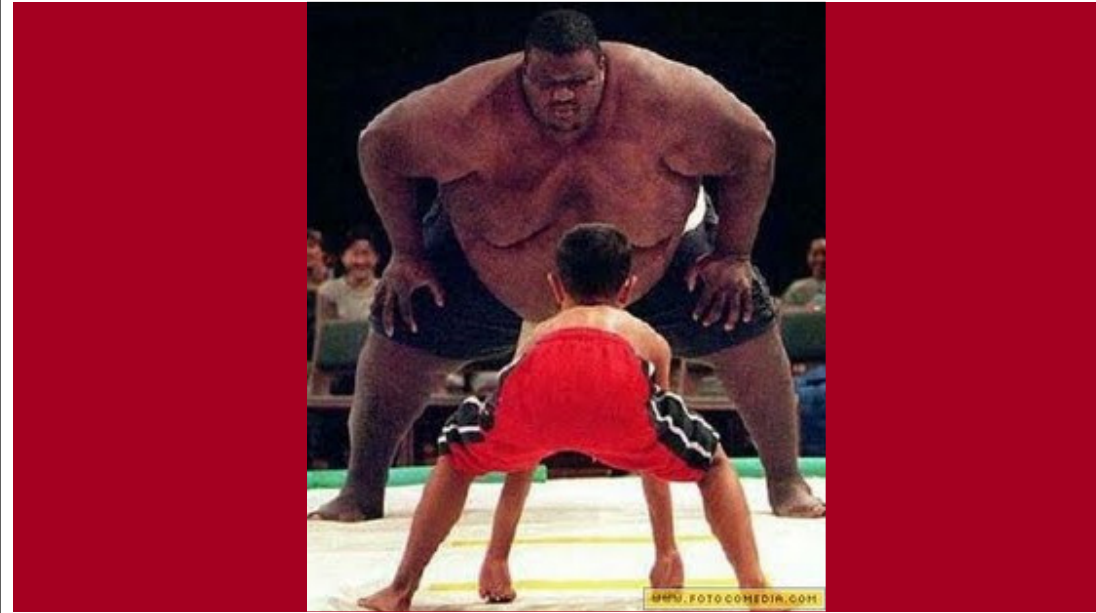
Mas existe diferença entre esses tipos de **Concorrência Desleal** ?

© Deborah Portilho, 2005-2024

© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024



Nova Embalagem →



© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024

E quando **não** houver desvio de clientela por meio fraudulento ?

Em seu **art. 209**, a LPI classifica, **genericamente**, como **concorrência desleal** – para os fins de **responsabilidade civil**, no que tange a eventuais perdas e danos –, **quaisquer atos de violação de direitos de propriedade industrial.**

Isso inclui quaisquer **atos não previstos na LPI** que sejam:

*“tendentes a **prejudicar a reputação ou os negócios alheios**, a **criar confusão** entre **estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço**, ou **entre os produtos e serviços** postos no comércio” (art. 209 da LPI).*

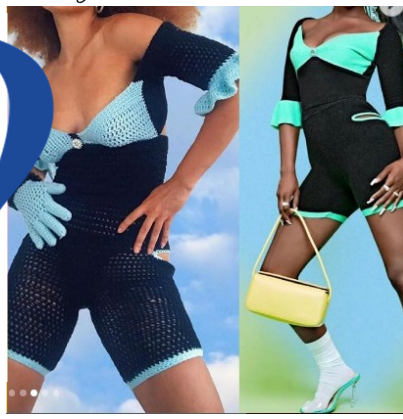
Concorrência Desleal

Crimes de Concorrência Desleal	Concorrência Desleal Genérica
Crimes previstos no Art. 195, incisos I a XIV , da LPI, sendo o inciso III (desvio de clientela por meio fraudulento) o mais relevante para os conflitos da Indústria da Moda	De acordo com o Art. 209 da LPI, quaisquer atos não previstos na LPI, tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, criar confusão (...) entre os produtos e serviços postos no comércio
(ação para fins de responsabilidade PENAL – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa)	(ação para fins de responsabilidade CIVIL – perdas e danos)

Bailey Kudu x SHEIN



Bailey Kudu x SHEIN



© Deborah Portilho, 2005-2024



Bolsa Celine original e “Versão” da C&A

Fonte da imagem: <http://blogdafran.com/category/copia-ou-inspiracao/>

© Deborah Portilho, 2005-2024

Concorrência Parasitária
(espécie do gênero concorrência desleal)



empresas no **mesmo segmento**
com **público-alvo distinto**



cópia da identidade visual do produto/estabelecimento
porém, com **uso da própria marca**



© Deborah Portilho, 2005-2024

Concorrência Parasitária

Na **concorrência parasitária**

“o agente se vale das criações utilizadas por um **concorrente**, ou tira proveito do seu fundo de comércio, mas **sem buscar se sobrepor ou fazer-se passar pelo concorrente.**”

“...as empresas atuam **no mesmo segmento**, mas **não disputam** a mesma clientela. Ocorre o **aproveitamento do trabalho e do investimento alheio**, mas **não o desvio de clientela** – principal característica da **concorrência desleal.**”

http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/Concorr%C3%AAncia_desleal%3B

© Deborah Portilho, 2005-2024

Mas, se o **design do produto** não é protegido por **DA**, não está registrado como **DI** e nem como **marca** e não há **desvio de clientela**, haveria **prejuízo** para o titular do **trade dress** ou da **criação** ?

© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024

*While supplies last. One per customer.

STELLA MCCARTNEY SUES STEVE MADDEN OVER HANDBAG KNOCKOFF

GEMMA KIM | OCT 9, 2015

The British designer claims that Steve Madden's BTotally handbag is a "poorly-made" copy of her Falabella bag.



© Deborah Portilho, 2005-2024



Stella McCartney's Falabella Shggy Deer Foldover tote bag

Photo: Stella McCartney website



Steve Madden's BTotally bag

Photo: Steve Madden website

© Deborah Portilho, 2005-2024

<http://fashionista.com/2015/10/stella-mccartney-steve-madden-lawsuit>

In 2009, *Alexander McQueen* filed (and subsequently settled) a lawsuit against *Steve Madden* for copying its black Faithful bootie.



http://goss-ipgirl.blogspot.com.br/2014_05_01_archive.html

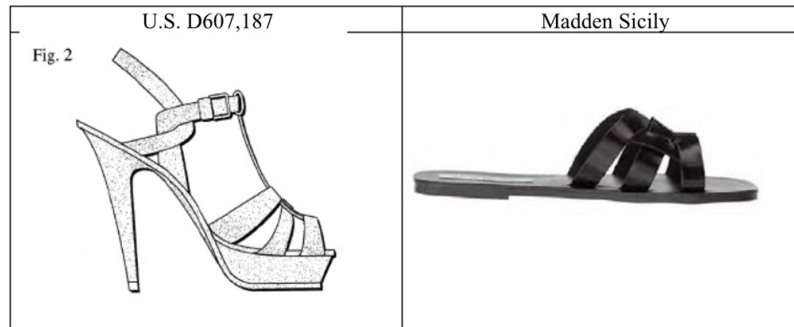
THE FASHION LAW

Steve Madden is Suing YSL, Claims the Brand is "Stifling Legitimate Competition"



August 21, 2018 / TFL

http://www.thefashionlaw.com/home/steve-madden-is-suing-ysl-claiming-the-brand-is-stifling-legitimate-competition?fbclid=IwAR1_erNZMs7D3Var76ipdzFdh5O1V-wHOUyrmHimiDJPmXnW5H-d_hKv3c



YSL's Tribute patent drawing & Steven Madden's Sicily sandal



YSL's Tribute shoe (left) & Madden's Kananda (right)



YSL's Tribute flat (top) & Madden's Sicily flat (bottom)

© Deborah Portilho, 2005-2024

In a complaint filed Monday, the well-known brand Steve Madden is suing YSL. YSL has threatened to sue the shoe brand and 13 of its retailers for copyright infringement. Steve Madden is accusing the French fashion house of attempting “to stifle legitimate competition” through wrongful interference and unfair trade practices, among other illegal methods.

The dispute stems from two Steve Madden designs that YSL believes have been copied; the high-heeled Kananda shoe and the flat Sicily sandal. However, YSL has said that Steve Madden’s designs infringe on one of their shoe patents. The luxury brand sent cease and desist letters to at least 13 of Steve Madden’s retailers, including DSW, Zappos and Dillard’s. Some of those retailers did stop selling the shoe in question.

<https://www.theblogssip.com/fashionandbeauty/2018/8/22/steve-madden-sues-ysl>

© Deborah Portilho, 2005-2024

Want & Afford

luxury vs mass fashion brands;
if you want you can afford fashion



YVES SAINT LAURENT
Deauville canvas wedge sandals
\$556.00

STEVE MADDEN
TAYTUM wedge sandals
\$79.95

<http://wantandafford.com/2011/shoes/sandals/ysl-vs-steve-madden/>

© Deborah Portilho, 2005-2024

SAINT LAURENT
PARIS

STEVE
MADDEN



© Deborah Portilho, 2005-2024

Steve Madden and YSL Settle Lawsuit Over Designer Copycat Claims

By Samantha McDonald

MAY 22, 2019 2:43PM PT



<https://footwearnews.com/2019/business/legal-news/steve-madden-ysl-lawsuit-settlement-1202783925/>

© Deborah Portilho, 2005-2024

Steve Madden and Yves Saint Laurent have put an end to their legal battle over a pair of shoes.

The footwear retailer and the French fashion house are settling their dispute out of court, jointly filing yesterday in the U.S. District Court for the Southern District of New York to voluntarily dismiss the case that alleged the former's Sicily flats design had infringed on the latter's high-heeled Tribute sandal.

© Deborah Portilho, 2005-2024

IN THEIR CLOSET

Designer Wardrobes Demystified!

REAL VS. STEAL – YSL TRIBUTE T-STRAP PLATFORM SANDALS

March 28, 2019



[Yves Saint Laurent Tribute Platform Sandals](#), \$895 || Saks Fifth Avenue

© Deborah Portilho, 2005-2024



[Lola Cruz T-Strap High Heel Stiletto Sandals](#), \$227.81/€195 || Italist

© Deborah Portilho, 2005-2024



[Pink Inc Empire T-Strap Platform Sandals](#), \$199.95 AUD || The Iconic



rsvp Evelyn T-Strap Sandals,

\$99 || Zappos



Fersengold Paris T-Strap Platform Sandals,
£147.83 || Amazon.co.uk



Guess Trivan T-Strap Platform Sandals,

\$79.19 || Amazon



Office Nostalgia Platform Heels,

£75 || Office



Gianni Bini Heleena Patent Dress Sandals,

\$69.99 || Dillard's



Steve Madden DAARLING T-Strap Sandals,

\$69.95 || Steve Madden



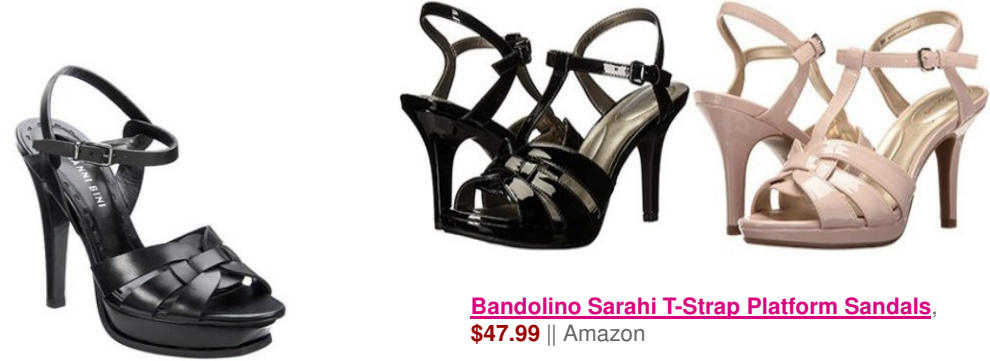
ALDO Chelly T-Strap Platform Sandals,

\$62.99 || Amazon



Steve Madden Kananda T-Strap Platform Sandals.
\$60.99 || Amazon

© Deborah Portilho, 2005-2024



Bandolino Sarahi T-Strap Platform Sandals.
\$47.99 || Amazon

Gianni Bini Uptown Platform Sandals.
\$49.99 || Dillard's

© Deborah Portilho, 2005-2024



J. Adams Vdara T-Strap Platform Sandals.
\$39.99 || Amazon

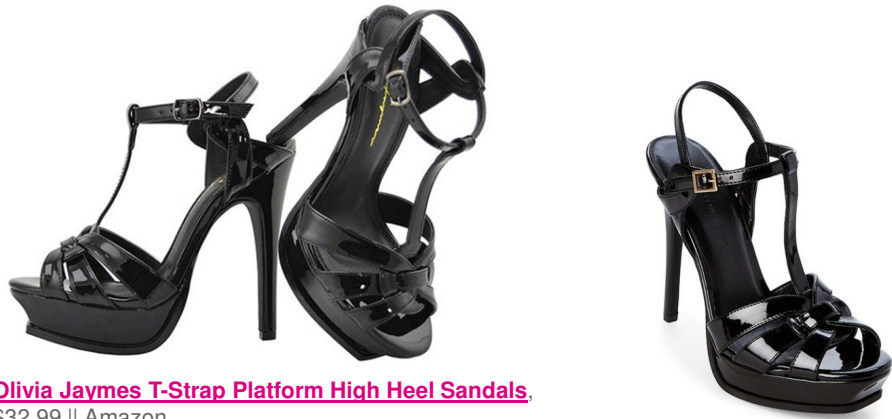
© Deborah Portilho, 2005-2024



Formentini T-Strap Platform Sandals.
\$39.90 || YOOX

Wild Pair Kisme Platform Patent Leather Sandals.
\$39.99 || Target

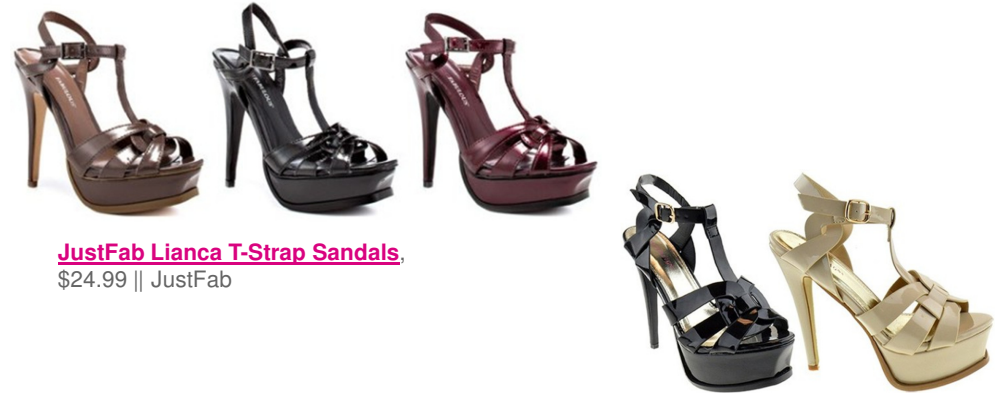
© Deborah Portilho, 2005-2024



Olivia Jaymes T-Strap Platform High Heel Sandals.
\$32.99 || Amazon

Wild Diva Peono-01 T-Strap Platform Sandals.
\$29.99 || Shiekh Shoes

© Deborah Portilho, 2005-2024



JustFab Lianca T-Strap Sandals.
\$24.99 || JustFab

Shoe Dezigns Lauren 87 Strappy Patent Platform Sandals.
\$19.99-\$29.99 || Amazon

© Deborah Portilho, 2005-2024

VALENTINO

1973 VAVAVOOM
SHOULDER BAG
LOOK - A - LIKE

KYSSMYSTYLE.COM



© Deborah Portilho, 2005-2024

VALENTINO



© Deborah Portilho, 2005-2024

Salvatore Ferragamo



VALENTINO



© Deborah Portilho, 2005-2024

JOJOcat



ELLA GLAMOUR

Scarpin Multi-Colorido Valentino Inspired

Código AD35

por R\$ 159,99

ou 12X de R\$ 16,06

ou R\$ 143,99 ganhe 10% à vista no depósito bancário



<http://www.ellaglamour.com.br/11e44a/scarpin-multi-colorido-valentino-inspired>

© Deborah Portilho, 2005-2024

A seguir, alguns casos em que a **Concorrência Desleal** (art.195, III – desvio de clientela) foi **negada**

© Deborah Portilho, 2005-2024

Crime de Concorrência Desleal ?? Concorrência Parasitária ??

OMEGA



TECHNOS



© Deborah Portilho, 2005-2024

Crime de Concorrência Desleal ?? Concorrência Parasitária ??



CARTIER TANK

GUESS (Timex)

© Deborah Portilho, 2005-2024



Forma do relógio registrada no Brasil como **Marca 3-D** em nome de **Cartier**

© Deborah Portilho, 2005-2024

Em linhas gerais, o Relator concluiu que:

- 1) os relógios da Cartier não apresentavam originalidade suficiente para impedir a produção e comercialização de relógios semelhantes por outras empresas
- 2) o desvio de clientela temido pela Cartier não seria possível, pois os produtos são identificados pelas suas próprias marcas, de forma bastante visível.
- 3) “com certeza não há motivo para [a Cartier] temer concorrência por eventual semelhança de imagem dos relógios”, pois eles são direcionados a públicos distintos, em especial o público-alvo da empresa Cartier, que é um “consumidor de luxo” e “com certeza, não será atraído por produto parecido de outra marca”.

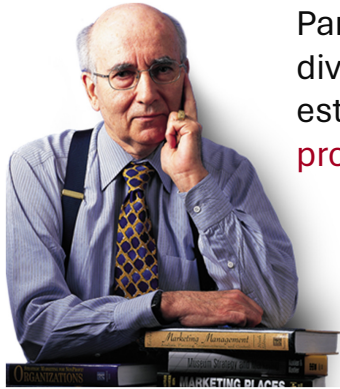
© Deborah Portilho, 2005-2024

Mas, afinal,
essas empresas
são
ou não são
CONCORRENTES



© Deborah Portilho, 2005-2024

A definição de Concorrência pela ótica do Marketing

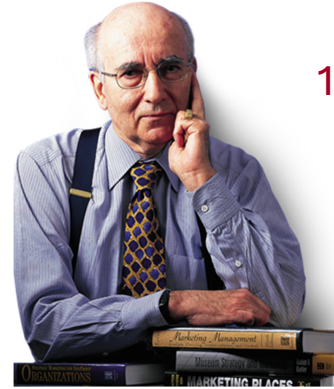


Para Philip Kotler, a **concorrência** se divide em **quatro níveis**, que podem ser estabelecidos com base **no grau em que produtos são passíveis de substituição**.

A concorrência **inclui todas as ofertas e substitutos rivais reais e potenciais** que um comprador possa considerar.

© Deborah Portilho, 2005-2024

A definição de Concorrência pela ótica do Marketing



1. Concorrência **de marcas**
2. Concorrência **setorial**
3. Concorrência **de forma**
4. Concorrência **genérica**

© Deborah Portilho, 2005-2024

1. Concorrência de marcas



“Uma empresa vê suas concorrentes como outras empresas que oferecem produtos e serviços semelhantes aos mesmos clientes por preços similares.

A Volkswagen pode considerar a Toyota, a Honda, a Renault e outras fabricantes de carros de preço médio suas concorrentes. Mas não pode se ver competindo com a Mercedes ou a Hyundai.”

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2005., p.36-37.

© Deborah Portilho, 2005-2024

2. Concorrência setorial



“Uma empresa vê todas as empresas que fabricam o mesmo tipo de produto ou classe de produtos como suas concorrentes.

A Volkswagen pode considerar concorrentes **todas as demais fabricantes de automóveis.**”

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2005., p.36-37.

© Deborah Portilho, 2005-2024

3. Concorrência de forma



“Uma empresa vê todas as empresas fabricantes de produtos que oferecem o mesmo serviço como suas concorrentes.

A Volkswagen pode considerar como concorrente não apenas as outras empresas automobilísticas, mas também os fabricantes de motocicletas, bicicletas e caminhões. “

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2005., p.36-37.

© Deborah Portilho, 2005-2024

4. Concorrência genérica



“Uma empresa vê como suas concorrentes todas as empresas que competem pelo dinheiro dos mesmos consumidores.

A Volkswagen pode considerar como concorrentes empresas que vendem bens de consumo duráveis, férias no exterior e novas residências.”

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2005., p.36-37.

© Deborah Portilho, 2005-2024

Ou seja, essas empresas fabricam o mesmo “tipo de produto ou classe de produtos”?


OMEGA 
TECHNOS

Cartier **TIMEX®**

Então, elas são **CONCORRENTES... SETORIAIS!**

© Deborah Portilho, 2005-2024

E as **marcas dos produtos (RELÓGIOS)** fabricados por essas empresas estão inseridas **na mesma classe** da **classificação marcária** do INPI?

SIM!

Então, pela perspectiva do **INPI** e também da **OMPI***, elas são **CONCORRENTES!**

*Organização Mundial da Propriedade Intelectual

© Deborah Portilho, 2005-2024



ROLEX x RELOX

Qual seria a **decisão** do INPI?

Assim sendo, mesmo que as empresas que “se inspiram” nos produtos e marcas alheias **não** tenham **o mesmo público-alvo**



e mesmo que elas utilizem **suas próprias marcas** nos produtos “inspirados”,



(...) se elas comercializarem o mesmo gênero de produtos, elas são, **sim**, concorrentes.

Concorrentes de nível 2, ou “setoriais”, mas ainda assim **concorrentes**, para os efeitos dos arts. 208, 209 e 210 da LPI.

Justamente por isso,
MUITO CUIDADO com a
fundamentação das ações
judiciais que tratem de
concorrência desleal e/ou de
parasitismo!

JAMAIS confunda o
CRIME de CONCORRÊNCIA DESLEAL
(art. 195, III, que prevê o desvio de
clientela por meio fraudulento)
com a
CONCORRÊNCIA PARASITÁRIA
(espécie do gênero **Concorrência
Desleal Genérica** - art. 209 da LPI)!

Exemplos de
casos em que a
alegação de DA
não foi aceita



Plágio?

colar da Coleção Stars™ da H. STERN



brinco da Coleção Stars™ da H. STERN



colar da Coleção "stars" da Monte Carlo



brinco da Coleção "stars" da Monte Carlo



Ante o exposto, **REVOGO** parcialmente a tutela de urgência deferida às fls. 142/145 e 284/317, para o fim de **permitir que os Réus voltem, imediatamente, a comercializar e fabricar peça de sua "Coleção Stars", uma vez que não restou configurada a violação à marca STERN STAR e à marca figurativa da Autora, assim como qualquer plágio, contrafação, fraude, não sendo vedado o uso do termo "Stars" e o uso de estrelas para designar as coleções de joias dos Réus, desde que claramente diferenciadas da Autora.**

Entretanto, quanto à **CONCORRÊNCIA DESLEAL**, JULGO PARCIALMENTE PROCEDENTES OS PEDIDOS AUTORAIS, para **CONDENAR** os Réus, **solidariamente, a:**

BRIGA DO OURO

Joalheria é proibida de vender coleção de peças copiadas de concorrente

[Por Sérgio Rodas](#)

1 de novembro de 2017, 19h54

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro manteve a proibição de a joalheria Monte Carlos Joias fabricar, anunciar e vender uma coleção que, segundo decisão de primeira instância, teria sido copiada da concorrente, H.Stern.

A 6ª Vara Empresarial do Rio determinou tutela de urgência para impor a proibição, sob pena de multa diária de R\$ 100 mil. A joalheria, então, pediu que a H.Stern fosse obrigada a depositar caução para repor seus prejuízos caso a decisão provisória seja revertida.

Despacho de 14.05.2020 – (Ainda aguardava Laudo Pericial)

- REMOVER** imediatamente todos os anúncios publicitários de sua "coleção stars", em todos e quaisquer meios, tais como catálogos, vitrines, cartazes, outdoors, mídia impressa e áudio visual, inclusive no site www.montecarlo.com.br, **ABSTENDO-SE**, doravante, de realizar e contratar novos anúncios da referida coleção, diferenciando, claramente, as coleções da Autora e as suas, **sob pena de multa diária por de R\$ 10.000,00 (dez mil reais)**, sem prejuízo da majoração em caso de reincidência, devendo comprovar nestes autos em 40 dias as medidas tomadas para tanto, o que deve ser estendido a toda a rede de lojas da Monte Carlo; e
- PAGAR** à Autora, a título de danos morais, o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), atualizados e acrescido dos encargos legais na data do pagamento, **pela prática da concorrência desleal, consubstanciado no conjunto de estratégias comerciais adotadas para a comercialização da sua coleção stars**, sem qualquer prejuízo à baixa voluntária da Ré MC, ocorrida em 20/06/2011, comprovada à fl. 828. Diante da sucumbência recíproca, ficam as despesas proporcionalmente distribuídas, nos termos do Código de Processo Civil, artigo 86.

Quanto ao pleito reconvençional de indenização por danos morais, **JULGO-O IMPROCEDENTE, CONDENANDO o 3º Réu nas custas e nos honorários advocatícios, os quais fixo em 20 % (quinze por cento) do valor da demanda reconvençional, atualizado e acrescido de juros de 1% a.m., a partir do recebimento da reconvenção (index 1066 - publicado em 27/7/2018), consoante artigo 85,§ 2º, do Código de Processo Civil. Transitada em julgado e nada requerido em até 60 (sessenta) dias, dê-se baixa e arquivem-se os autos. P.I. Rio de Janeiro, 17/05/2021.**

Desde 12.03.2024, está aguardando a inclusão em pauta do julgamento

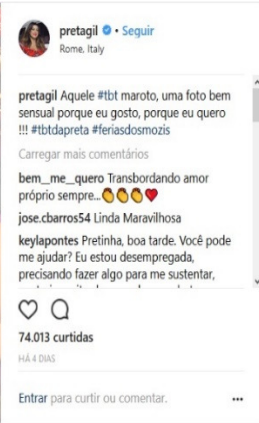
1. Direito Autoral
2. Concorrência Desleal e
3. Trade Dress



Product Placement da Wacoal/Loungerie em filme com a MERYL STREEP



© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024



© Deborah Portilho, 2005-2024



♥ **lutranchesi e outras 1.067 pessoas**
hope.official Está rolando hoje, na Index Assessoria, o Press Day de inverno 2017 da HOPE! Sempre

Comentários

estou na dúvida se a Hope vai vender a marcar tb! Ou é muito parecida! Eu tenho uma da Wacoal é muito igual !

30 min **Responder**

© Deborah Portilho, 2005-2024

HOPE

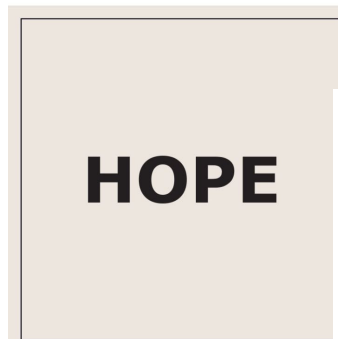
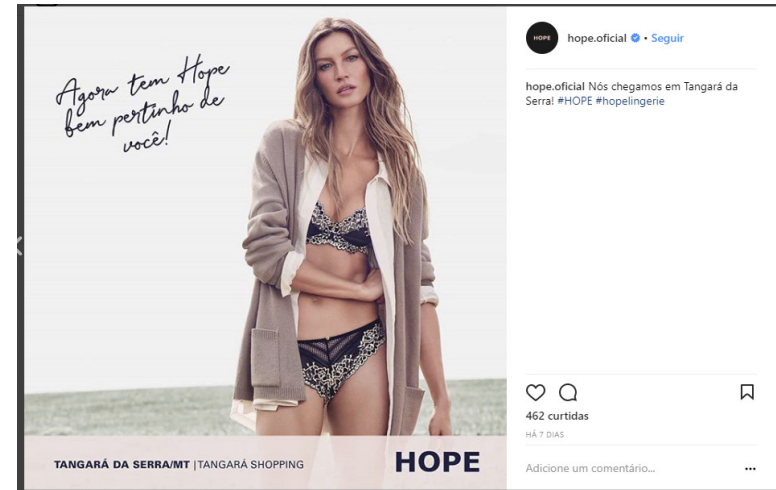
hope.official @larassiz @amisaparasempre @sorrisojessica @pat.silveira @jessicaseco @liliaree @thaizepinheiro Meninas, essa é a coleção Magestic que será lançada esse inverno, exclusiva da HOPE 🥰

4 min 1 curtidas Responder



amisaparasempre @hope.official não pode ser exclusivo está coleção dá WACOAL vende na @loungerie há muito tempo!!!! Isto é COPIA SIM!!!!

2 min Responder



166 likes

hope.official A HOPE não está autorizada a comercializar produtos da marca Wacoal e não detém qualquer relação com a marca Wacoal.

View all 3 comments

16 MAY · SEE TRANSLATION



166 likes

hope.official A HOPE não está autorizada a comercializar produtos da marca Wacoal e não detém qualquer relação com a marca Wacoal.

View all 3 comments

16 MAY · SEE TRANSLATION

PERITO:

• **Eng. Carlos Alberto Azevedo**

Engenheiro Têxtil - Perito Judicial



ASSISTENTE DO PERITO:

• **Eng. Clóvis Silveira**

Especialista - Propriedade Intelectual



Figura 23: Linha Majestic, camisola - vista frontal, traseira e lateral

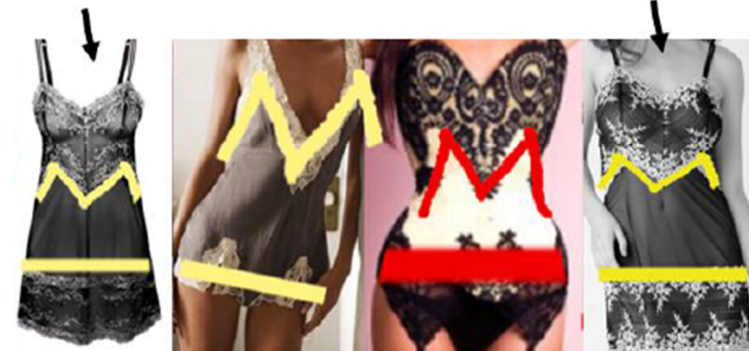


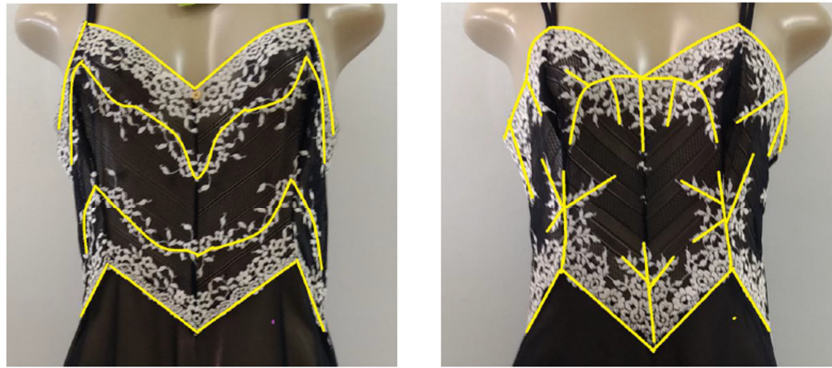
Figura 24: Walcoal: Linha Embrace Lace, camisola - vista frontal, traseira e lateral



HOPE

WALCOAL





HOPE

WACOAL

Figura 62: Imagens das peças coletadas pelo Perito com realce do formato principal do bordado rendado.

© Deborah Portilho, 2005-2024



Quatro tipos de efeito visual aplicado às camisolas das empresas em lide para demonstrar a dificuldade de se perceber os detalhes

© Deborah Portilho, 2005-2024



Camisolas da Linha MAJESTIC da Hope à esquerda e da Linha EMBRACE LACE da Wacoal à direita

© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA Loungerie x Hope: a batalha judicial das lingerie

Hope havia sido condenada na primeira instância, mas TJSP entendeu que semelhanças de produtos são inerentes ao segmento

ANA POMPEU
BRASÍLIA
08/02/2021

A ação tramita com o número 1043901-02.2017.8.26.0100.



<https://www.jota.info/justica/loungerie-hope-tjsp-08022021>

© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- No primeiro grau, foi decidido que **a Hope deveria se abster de comercializar os produtos** objeto do processo ou que incorporem os elementos da linha Embrace Lace, **sob pena de multa diária no valor de R\$50 mil, além de pagar danos materiais à Loungerie**. A sentença estipulou 60 dias para que a empresa destruísse todos os produtos confeccionados, também sob a mesma pena de multa diária.

JOTA

- A Loungerie entrou com recurso afirmando que a concorrente intensificou a divulgação dos produtos que seriam cópias do design dela, enquanto **a Hope argumentou que não existe direito autoral ou de propriedade industrial protegidos no caso**. Disse, ainda, **que não existe o chamando trade dress, porque este se refere à identificação de origem de determinado produto**, e como não se sabe facilmente qual das duas marcas produziu o produto, não há distintividade ou reconhecimento pelo público no Brasil.

JOTA

- A 2ª Câmara do TJSP entendeu [... que] um consumidor brasileiro não é capaz, ao avistar as peças, de fazer associação direta e imediata com a Loungerie. **“As eventuais semelhanças entre as peças de lingerie são inerentes ao segmento, isto é, tendência de mercado, inexistindo qualquer possibilidade de confusão.”**

JOTA

- Para o relator, desembargador José Araldo da Costa Telles, **não é possível que se fale em imitação, mas de tendência de segmento**. “Embora haja semelhanças, sendo os desenhos dos bordados rendados considerados o principal elemento distintivo entre as linhas das partes e contendo **diferenças significativas**, não há se falar em imitação, principalmente por se considerar que **não há registro do desenho industrial** e o movimento é cíclico”, apontou.



© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- “Embora a Loungerie faça parte do cotidiano do público frequentador de shoppings centers no país, não há demonstração de que a marca Wacoal esteja difundida perante o público consumidor brasileiro e, principalmente, que tivesse caído no gosto justamente pelas características contidas na sua **linha Embrace Lace, cujo design pudesse ser tão distinto que pudesse conduzir seus concorrentes à sua indevida reprodução.**

© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- Araldo Telles afirma que a inicial descreve, equivocadamente, que peças do vestuário e acessórios são passíveis de **proteção por direito autoral**, independentemente de registro. **Mas doutrina e jurisprudência** têm sinalizado que **não cabe a aplicação da Lei nº 9.610/98, porque as criações no âmbito da indústria da moda não se enquadram em nenhuma das hipóteses previstas.**

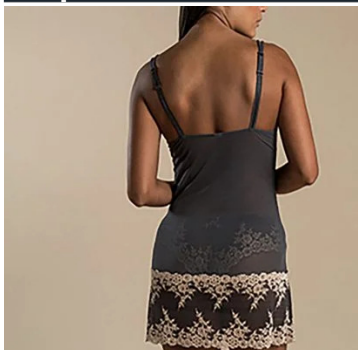
© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- De acordo com ele, **“mais apropriada à proteção dos negócios da moda concepção, estampas, modelagem, acessórios etc, qual seja, a Lei de Propriedade Industrial”**. O art. 95 desta lei consagra o desenho industrial como “a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando um visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial”.

© Deborah Portilho, 2005-2024

Loungerie perde no STJ disputa com a concorrente Hope



No julgamento, porém, a relatora do caso (REsp 1943690), ministra Nancy Andrighi, afirmou que “o olhar feminino é muito sutil” e consegue “ver diferença onde os homens não veem”.

<https://news.fcrlaw.com.br/news/loungerie-perde-no-stj-disputa-com-a-concorrente->

© Deborah Portilho, 2005-2024

Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.943.690 - SP (2021/0177329-5)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI

Acórdão recorrido: deu provimento à apelação interposta pela recorrida e julgou prejudicado o recurso das recorrentes, nos termos sintetizados na seguinte ementa:

Direito autoral. Alegação de reprodução indevida de linha de lingerie. Inaplicabilidade da Lei de Direitos Autorais à indústria da moda.

© Deborah Portilho, 2005-2024

(Cont.)

Propriedade industrial. Desenho industrial não registrado e que se encontra no estado da técnica. **Semelhança nos produtos que retrata tendência do segmento mercadológico.**

Trade-dress. Alegação de violação do conjunto-imagem do design das autoras. **Descabimento.**

Ausência de demonstração de que a **Linha Embrace [Lace]** seria a **vestimenta das marcas das acionantes** e que, em tese, **teria sido reproduzida pela ré.**

Improcedência decretada. Recurso da ré provido, prejudicado o das autoras. (e-STJ fl. 1826)

© Deborah Portilho, 2005-2024

TRECHO DA CONCLUSÃO DO LAUDO PERICIAL:

A Perícia constatou que **há semelhança entre os produtos da lide, principalmente quando comparadas peças de mesmo modelo e cores**, como ficou demonstrado no Item 5.2. deste Laudo. Constatou também haver semelhanças com produtos de terceiros, o que, de acordo com os ensinamentos doutrinários acima expostos, parece refletir o comportamento natural dos diversos atores do mercado da moda. **Por último, constatou a Perícia que a semelhança entre os produtos considerados ocorre de maneira mais ou menos intensa, na medida em que mesmos elementos constam ou não nas peças comparadas.** Em outras palavras, uma calcinha ou sutiã da Linha Embrace Lace pode ser mais semelhante a esses produtos da Linha Majestic na medida em que neles coincidem, concomitantemente, as cores, a modelagem e a posição onde os bordados estão localizados nos produtos. **Já para o elemento principal que personaliza as Linhas, que é desenho bordado,** considera a Perícia que **os desenhos das linhas de produtos, efetivamente comercializadas por Requerentes e Requerida, são ambos compostos por florais, mas possuem diferenças significativas entre si.**

© Deborah Portilho, 2005-2024



“**Não** foi comprovada a prática de atos anticoncorrenciais que pudessem levar à **confusão do consumidor**”, afirmou a relatora em seu voto.



© Deborah Portilho, 2005-2024

LAUDO TÉCNICO COMPLEMENTAR da **Assistente Técnica** das Requerentes, **WACOAL AMERICA INC** e **LOUNGERIE S/A** (Deborah Portilho)

I.5.b. Das Diferentes formas de Confusão

De modo a demonstrar que a semelhança das peças objeto da lide pode induzir os consumidores em erro ou confusão, faz-se mister salientar que **a confusão não se opera de uma única forma**. Especificamente no caso das peças em análise, pode ocorrer **tanto a confusão direta**, efetiva dos produtos, como a **confusão por associação** e, ainda, a **confusão reversa**.

© Deborah Portilho, 2005-2024

É de se ressaltar que a **CONFUSÃO REVERSA já ocorreu no presente caso**, com uma consumidora questionando uma publicação da Loungerie no seu Instagram oficial **indagando se a Loungerie ou a Hope teria copiado a outra**:



Fonte: <https://www.instagram.com/p/BjtRoU6hKDO/?taken-by=loungerie>. Acesso em 05.07.2018.

© Deborah Portilho, 2005-2024

“**Nas situações de CONFUSÃO REVERSA**, em vez de tentar lucrar com a marca do usuário sênior, o usuário júnior satura o mercado e **'sobrecarrega o usuário sênior'**. O resultado é que o **usuário sênior perde o valor de sua marca registrada, a identidade de seu produto, sua identidade corporativa, o controle sobre seu fundo de comércio e reputação, e a capacidade de adentrar novos mercados**”

(J. Thomas McCarthy - Tradução livre).

© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- O desembargador Ricardo Negrão, **votou em sentido contrário ao relator**. Ele entende que, em matéria de concorrência desleal, cabe à Câmara Especializada “definir se há aproveitamento parasitário da ré a caracterizar atos de concorrência desleal definidos na Lei de Regência, **conforme claramente postulado na inicial.**”
- E, para ele, **a ausência de registro de desenho industrial e nem a perícia, feita por um engenheiro civil, podem ser obstáculo à pretensão da Loungerie**, que deseja proteger o seu produto.

© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- Para ele, “há de se destacar **que as características comuns, informadoras de um produto em determinada época, no caso as rendas e os bordados em peças de lingerie** (poderia ser a tendência no desenho de automóveis ou de computadores, por exemplo), **não se confundem com os conceitos que definem atos concorrenciais de imitação dessas rendas e bordados** (ou da integral forma ou aspecto de um computador, de um automóvel, de uma embalagem de perfume)”.

© Deborah Portilho, 2005-2024

JOTA

- Desta forma, afirma, “**basta um olhar nas imagens que se encontram nos autos**” para se concluir que a Hope deveria ser condenada. [...]

https://www-jota-info.cdn.ampproject.org/c/s/www.jota.info/justica/loungerie-hope-tjsp-08022021?utm_content=buffer672ba&utm_medium=social&utm_source=linkedin.com&utm_campaign=buffer&fbclid=IwAR1O4aAPUEoVxPWugVks1a0ydWGEVlVS7Jh2hCBDrb9VSQcFvqmUmlvgZCQ

© Deborah Portilho, 2005-2024



Muito obrigada!



APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR E CONHEÇA MINHAS REDES SOCIAIS.