



MAI. 20

CHINA

Proteção da marca comercial – O primeiro passo para investir na China com segurança

Se pondera expandir o seu negócio para o mercado da China, já começou a comercializar nesse mercado ou exibiu os seus produtos em feiras ou a parceiros chineses, é imperioso proteger a sua marca dos chamados “piratas da propriedade intelectual”.

São amplamente conhecidas situações de marcas estrangeiras, registadas ilegalmente na China, para uso indevido em negócios próprios ou para “revenda” a outras empresas.

Que estratégia devem os empresários adotar para proteger a sua marca destes registos abusivos?

Em primeiro lugar, deve ser feita uma pesquisa - o mais completa possível - sobre se a marca já se encontra registada na República Popular da China (RPC). Uma empresa deve analisar adequadamente cada classe e subclasse das marcas já registadas, para que a sua marca esteja 100% protegida a curto e a longo prazo.

Deve de seguida escolher o que pretende registar, por exemplo, o logotipo, nome da marca, desenhos, algarismos, letras do alfabeto, combinações de cores, símbolos tridimensionais, etc., evitando nomes de cidades, países e governantes chineses.

É recomendável que o empresário aceda à Base de dados de Marcas na RPC para verificar se existe marca igual ou similar à sua ou se existe pedido pendente de registo de marca /produtos ou serviços relacionados com os seus.

Esta pesquisa pode ser feita com recurso a um especialista qualificado na área de Propriedade Intetual, já que uma simples pesquisa levada a cabo pelo Gabinete de Propriedade Intelectual da RPC pode não ser totalmente eficaz.

É importante apurar se existem marcas idênticas à sua, mas também marcas registadas para produtos ou serviços semelhantes. Ou seja, é possível que marcas idênticas e similares coexistam se forem usadas em bens ou serviços que não estejam relacionados entre si.

"Uma empresa deve analisar adequadamente cada classe e subclasse das marcas já registadas, para que a sua marca esteja 100% protegida a curto e a longo prazo."

CHINA

"A lei permite que qualquer pessoa registre uma marca na China, independentemente desta já estar registada em nome de outra pessoa/empresa noutra jurisdição."

Caso verifique que existe na China uma marca conflituante com a sua, deve apurar se a mesma continua ativa, já que a sua não utilização durante três anos consecutivos permite pedir o cancelamento da mesma.

Caso não esteja registada, deve submeter (diligentemente) um pedido de registo da sua marca.

O registo das marcas na RPC rege-se pelo princípio da prioridade, ou seja, o primeiro a solicitar o registo de uma marca (que não seja conflituante com outra já registada na RPC) terá direito a usar a mesma por um período máximo de 10 anos, renovável. Este processo de submissão de registo é relativamente simples, podendo a sua aprovação demorar até 9 meses.

A grande desvantagem da regra da prioridade é que a lei permite que qualquer pessoa registre uma marca na China, independentemente desta já estar registada em nome de outra pessoa/empresa noutra jurisdição. Se uma marca não estiver registada na China, qualquer pessoa pode reivindicar o seu registo.

Por este motivo, é imperioso ponderar o registo da sua marca na China, antes mesmo de pensar em exportar ou produzir naquele mercado, já que a simples notoriedade de uma marca estrangeira pode levar ao abuso do seu registo na RPC, invalidando totalmente a entrada da marca naquela jurisdição.

É que a Lei da RPC proíbe tanto a comercialização de bens e serviços na China, como a produção de bens com marcas similares a outras registadas na China.

No limite, uma marca estrangeira que seja registada de má fé na China, pode ver a sua imagem denegrida, caso o infrator comercialize bens ou serviços de qualidade inferior aos da marca estrangeira.

Sucedem muitas vezes que as empresas estrangeiras que decidem entrar no mercado chinês e foram vítimas de registos abusivos das suas marcas, sejam confrontadas pelos “usurpadores de registo” com reclamações de violação da sua marca na China, exigindo taxas elevadas para ceder as licenças ou revenda da marca.

Isto exige dos novos operadores que olham para o mercado da China uma estratégia de marketing eficaz e segura, que diminua os riscos de apropriação ilegal das suas marcas e não comprometa os seus negócios naquela jurisdição e fora dela. ■