



Marcas e Publicidade e Mercado Illegal de Produtos de Consumo

Luana Leticia Brasileiro - Sao Paulo, 27/08/2012

O que vem à mente quando se pensa em PepsiCo?



Marcas fortes e portfólio completo

19 US\$ 1B + marcas



US\$ 250MM - US\$ 1B
marcas
(exemplos)

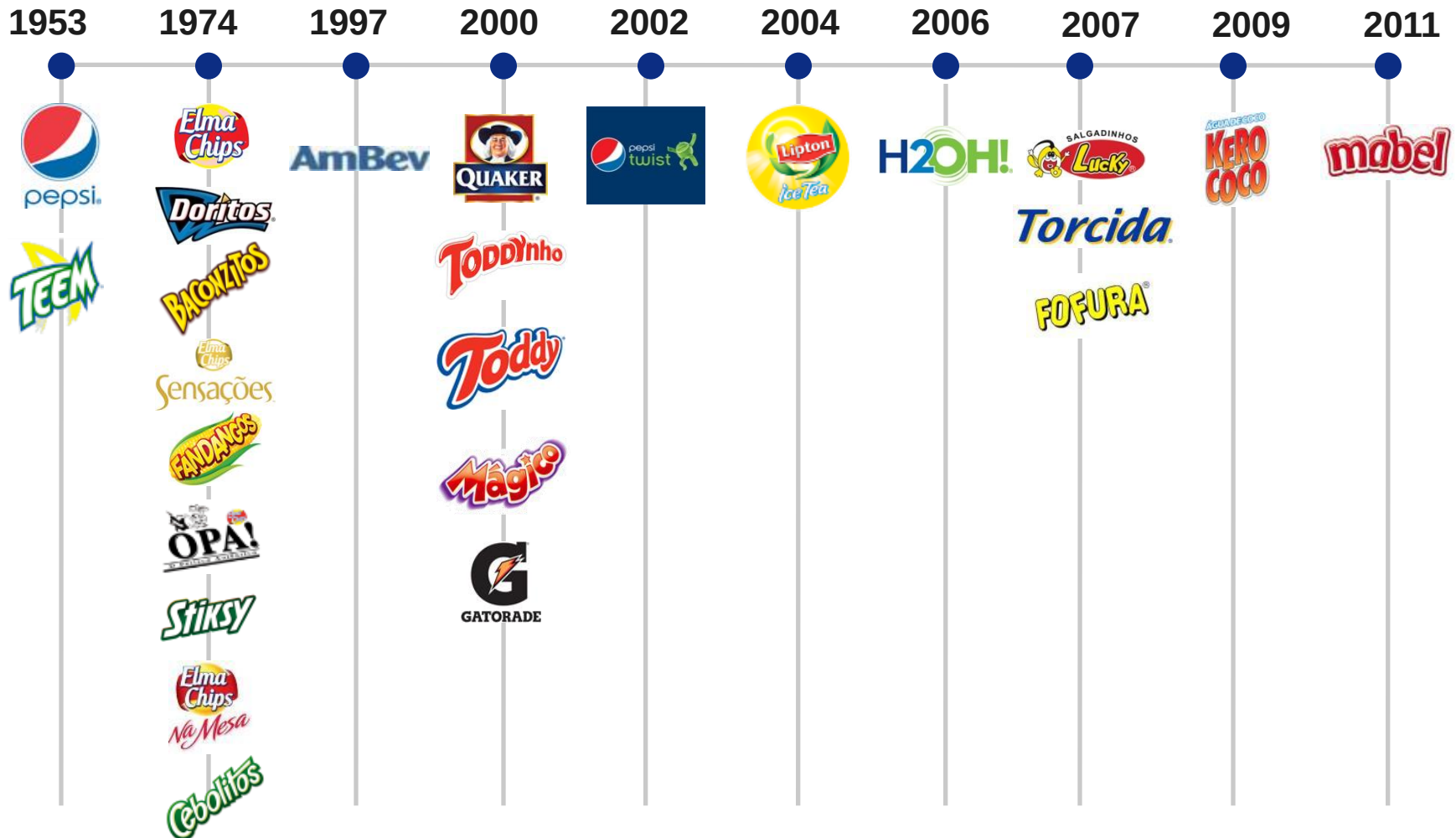


Presença no Mundo

- Mais de 200 países
- 300.000 funcionários
- 3.000 centros de distribuição



Histórico no Brasil



Mais de 11,000
empregados

19 plantas no território
brasileiro

Quase 100 centros de
distribuição

Atendimento direto e
indireto

~ 2,500 rotas de vendas

2,086 caminhões/vans

400,000 pontos de venda



- 3 Porto Suape PE
- 7 Sete Lagoas MG
- 11 Itu SP
- 12 Tiê SP
- 14 Sorocaba SP
- 17 Curitiba PR



- 8 Cachoeiro ES
- 15 Lucky e Escritório Central SP



- 5 Feira de Santana BA
- 16 Guarulhos SP



- 2 Petrolina PE
- 9 São Mateus ES



- 19 Porto Alegre RS



- 4 Itaporanga d'Ajuda SE
- 13 Duque de Caxias RJ
- 6 Aparecida de Goiânia GO
- 10 Três Lagoas MS
- 18 Araquari SC



- 5 Feira de Santana BA
- 16 Guarulhos SP



- 5 Feira de Santana BA
- 16 Guarulhos SP



- 1 Manaus AM



Performance com Propósito
A promessa da PepsiCo

Mercado Ilegal de Produtos de Consumo

IMPORTAÇÃO PARALELA



PEPSICO

IMPORTAÇÃO PARALELA NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

INFORMAÇÕES OBRIGATORIAS:

PAINEL PRINCIPAL

CONCEITO: Entrada no mercado local de produto original sem a devida autorização do titular do direito → Marca

DESIGNAÇÃO
INDICAÇÃO QUANTITATIVA

DEMAIS PAINÉIS

PONTOS DE ATENÇÃO:

LISTA DE INGREDIENTES

- **Atuação da ANVISA e MAPA na comercialização de alimentos e bebidas**

IDENTIFICAÇÃO DE ORIGEM

DADOS DO IMPORTADOR (quando for o caso)

LOTE e VALIDADE

MODO DE CONSERVAÇÃO (quando for o caso)

MODO DE PREPARO E USO DO ALIMENTO (quando for o caso)

Nº REGISTRO MS (quando obrigatório)

MAPA - produtos de origem animal (carnes, pescados, leite, ovos, etc) e bebidas (refrigerantes, sucos, água, etc). Todos os produtos sob responsabilidade do MAPA devem ser registrados.

ANVISA – todo o restante de alimentos e qualquer alimento, mesmo que de origem animal, mas que tenha um efeito funcional (redução de colesterol, por exemplo) ou que seja considerado para fins especiais (para praticantes de atividade física)

- **Exigências de rotulagem (Resolução RDC 259/2001 da ANVISA)**

IMPORTAÇÃO PARA FIA NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E

PONTOS DE ATENÇÃO

• Claims Funcionais

Alegação de Propriedade

É aquela relativa a um nutriente que o alimento possui em quantidade superior à encontrada em alimentos normais do organismo.

Alegação de Propriedade

É aquela que afirma a presença de um ingrediente com dose suficiente para produzir um efeito fisiológico. Ex.: **Reduz Risco de Infarto.**

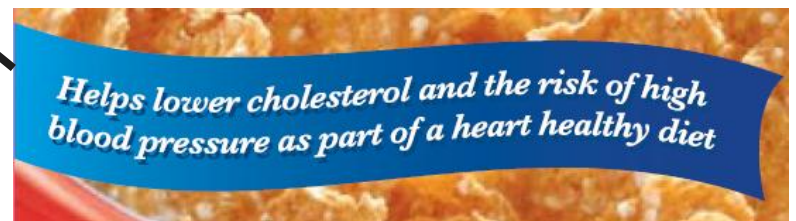
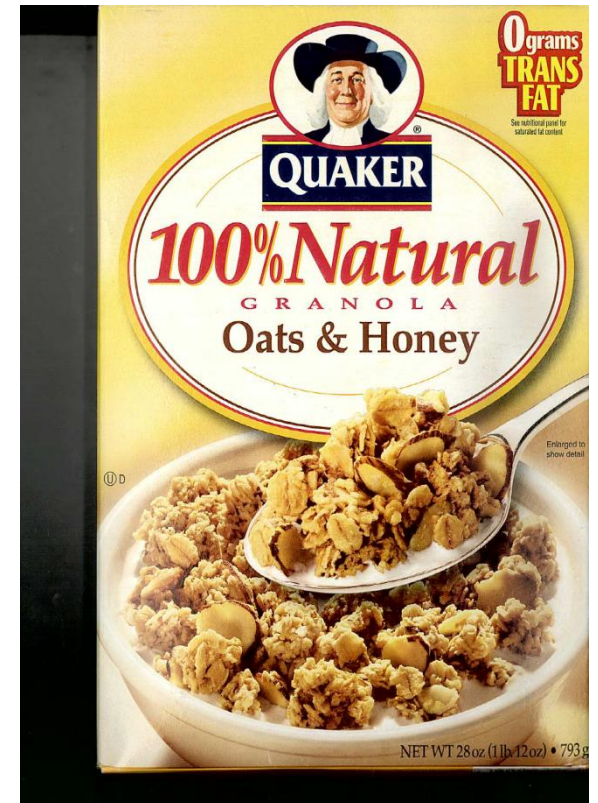
• Ingredientes regulados



o que o nutriente ou não mantém e outras funções

relação entre o alimento ou a saúde. Ex.: **Reduz Risco de**

quantidade máxima



IMPORTAÇÃO PARALELA NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

QUESTÕES PARA DEBATE:

- 1) E os produtos importados? Devem atender as exigências de rotulagem como os produtos nacionais – Adequação de embalagem

INFORMAÇÃO OBRIGATÓRIA: EM IDIOMA OFICIAL DO PAÍS DE CONSUMO, EM CARACTERES DE TAMANHO, REALCE OU VISIBILIDADE ADEQUADOS
ETIQUETA COMPLEMENTAR: QUANDO A ROTULAGEM NÃO ESTIVER REDIGIDA NO IDIOMA

- 2) E os produtos importados via importação paralela, bem como os produtos locais que estão no mercado em dissonância com as exigências regulatórias?

- 3) Há consequências no âmbito da Propriedade Intelectual? Cria-se uma vantagem competitiva entre estes *players* de forma a configurar CONCORRÊNCIA DESLEAL ?

4. Nas hipóteses mencionadas anteriormente, aplica-se o art. 195, III, da LPI?

Emprego de meio fraudulento, para desviar em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem.

5. Réu: titular do direito ou importador?

MARCA E PUBLICIDADE

PUBLICIDADE NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Projetos de Lei

1) PL1637/2007, DO DEPUTADO CARLOS BEZERRA

Dispõe sobre oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas correlatas, cujo objeto seja a divulgação e a promoção de alimentos com quantidades elevadas de açúcar, de gordura saturada, de gordura trans, de sódio, e de bebidas com baixo teor nutricional.

Dentre outras restrições:

- Veiculação na mídia televisiva e eletrônica restrita ao horário das 21 às 6 horas
- Proibição de concessão de brindes ou prêmios pelas empresas que comercializam esses produtos
- Proibição de veiculação durante programa infantil
- Impedimento de uso de figuras, desenhos, personalidades, personagens cativos ou admirador pelo público infantil
- Proibição de veiculação nas instituições de ensino infantil e fundamental

PUBLICIDADE NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

2) PL735/2001, DO SENADOR MARCELO CRIVELLA. Altera o Decreto-Lei 986/69 – Normas básicas sobre alimentos

Dentre outras medidas estabelece:

- conceito de “alimento contendo substâncias com efeito nutricional ou fisiológico menos seguro”: alimento ou produto alimentício que contenha teores excessivos de gorduras trans e saturadas, sal, sódio, açúcares ou outro ingrediente, a critério do órgão competente, cuja ingestão excessiva não seja recomendada;
- Conceito de “refeição rápida ou *fast-food*”: alimentos preparados com ingredientes pré-reparados ou pré-processados e servidos embalados para consumo imediato ou não.” (NR)
- Restrições como:
 - (i) Proibir publicidade dirigida às crianças, inclusive participação delas (e de adolescentes) em campanhas publicitárias;
 - (ii) Proibir promoções, brindes, patrocínios esportivos, campanhas educativas;
 - (iii) Proibir sampling, degustação e atividades promocionais similares (ilustrações do universo infantil, etc.);
 - (iv) Impor sistema de rotulagem com advertência sobre os malefícios do consumo excessivo de tais alimentos / bebidas



PUBLICIDADE NA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS

CRÍTICAS AOS PROJETOS DE LEI ESPECÍFICOS DESTA INDÚSTRIA:

Art. 220, parágrafos 3º e 4º da CF

“§ 3º Compete à lei federal:

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que **possam ser nocivos à saúde** e ao meio ambiente.

“§ 4º A propaganda comercial de **tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias** estará sujeita às restrições legais, nos termos do inciso II, do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.”

Alimentos não são produtos, em si mesmos, nocivos à saúde. A nocividade é decorrente do uso. Os alimentos que são em si mesmos nocivos são aqueles elencados TAXATIVAMENTE no parágrafo 4 acima. Portanto, restrição da propaganda nesta indústria, apenas com alteração do parágrafo 4º acima.

OBRIGADA!