

FOLHA DE OPINIÃO

apetro

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE EMPRESAS PETROLÍFERAS

Não compre gato por lebre...

Combata a falsificação.



Tendência crescente da contrafação nos lubrificantes: porque existe uma oportunidade?

A contrafação é o termo jurídico utilizado para designar a “falsificação de produtos, valores ou assinaturas de modo a iludir a sua autenticidade”. Normalmente, referimo-nos a produtos de inferior qualidade que são produzidos e vendidos com o logótipo de uma marca, sem a devida autorização da mesma e com diferenças que não são imediatamente identificáveis.

Infelizmente, encontramos contrafação em todas as indústrias e em todos os mercados. Para além dos óbvios DVDs e CDs, roupa, joias e acessórios de moda, tabaco, brinquedos e eletrónica de consumo, também encontramos medicamentos, alimentos para bebé, bebidas, pastas de dentes, peças de aeronáutica, componentes para automóveis e...lubrificantes. No caso destes últimos, a distinção entre original e falso é ainda mais difícil.

Trata-se também de uma categoria de produtos com a qual o consumidor final tem uma fraca afinidade e com os quais raramente contacta diretamente. São os mecânicos ou os lubrificadores que normalmente influenciam o comprador quanto ao produto a comprar e que o manuseiam. Estando o consumidor mais afastado do produto que vai adquirir, abre-se então uma janela de oportunidade para que produtos falsificados sejam utilizados abusivamente nos serviços de manutenção das viaturas.

Mesmo nos pontos de venda de retalho, onde o consumidor pode escolher o lubrificante mais indicado e/ou recomendado pelo fabricante e utilizá-lo no seu automóvel, torna-se difícil a clara distinção entre um produto original e um produto contrafeito, somente pela observação da embalagem. De facto, os infratores têm canalizado os seus investimentos na cópia das embalagens, tornando-as muito idênticas às originais, utilizando avançadas tecnologias no desenvolvimento de rótulos e embalagens, como impressoras 3D. Se essa falsificação se torna cada vez mais difícil nas embalagens pequenas, pela utilização por parte dos fabricantes de tecnologia de difícil imitação, torna-se relativamente mais simples em embalagens maiores como baldes, tambores e/ou contentores.

Quanto ao lubrificante em si, uma vez que não está visível e nenhum dos cinco sentidos permite a sua diferenciação, apenas a sua análise através de meios técnicos ao dispor dos produtores, poderá determinar com clareza a sua genuinidade.

A Contrafação impacta o Estado, as empresas e o consumidor final

O crescimento do mercado da contrafação tem tido graves repercussões no desenvolvimento económico dos países, no emprego, no valor das marcas e no consumidor final.

Para o Estado, não são despidendos os impactos a nível fiscal, (pois os infratores não pagam impostos), de redução do investimento privado, de perda de confiança dos operadores no mercado e do aumento do desemprego.

Para as marcas objeto de contrafação, que investem em Investigação e Desenvolvimento e trazem valor acrescentado, são claros os prejuízos: – diminuição das receitas, impacto na reputação e perda de confiança na marca, aumento dos custos decorrentes das medidas preventivas de combate à falsificação (alterações em embalagens e produtos, despesas de investigação e defesa dos direitos de propriedade industrial, etc.).

A utilização de produtos contrafeitos coloca em perigo a saúde e a segurança dos consumidores finais, como prova o crescente número de incidentes provocados por alimentos, medicamentos, brinquedos e componentes contrafeitos para automóveis podendo, no caso dos lubrificantes, causar danos irreparáveis nas viaturas e equipamentos e, conseqüentemente, levar ao pagamento de indemnizações e ao levantamento de processos-crime contra os infratores, sejam eles contrafactores ou intermediários.



Contrafação: um flagelo mundial

A contrafação é pois, um problema mundial – existe em todo o tipo de sociedades, culturas e mercados. Em 2013, estima-se que o mercado de produtos contrafeitos tenha rondado os \$652 mil milhões (MM) de dólares, sendo o ranking composto primeiramente por eletrónica de consumo e software (\$224MM), seguido de medicamentos (\$200MM), alimentação e bebidas (\$49MM) e peças de automóveis (\$45MM), onde se inclui a contrafação e venda de lubrificantes.

A Organização Mundial do Comércio (WTO) estima a perda de 250.000 postos de trabalho no mundo, devido à contrafação de peças para veículos automóveis, liderando a Índia e a Arábia Saudita, o ranking de países com maiores problemas dentro das suas fronteiras. Na realidade, neste último país, metade dos acidentes rodoviários, dos quais resultaram vítimas mortais, são atribuídos à utilização de peças falsificadas.

Na Europa, só em 2011, as autoridades alfandegárias reportaram a apreensão de 114 milhões de diversos produtos contrafeitos, com um valor estimado de cerca de €1,2MM, dos quais resultaram 91.000 casos de infração ao Direito de Propriedade Intelectual (tinham sido 49.000 em 2008). O Reino Unido, a Alemanha, a Bélgica, a Hungria, a Itália e a Espanha, são os países onde se registaram 78% dos casos. Portugal conta com 3%.

Em Novembro decorreu em Alicante uma conferência que juntou representantes do sector automóvel, da Comissão Europeia, da Europol, da Interpol, da Organização Mundial das Alfândegas (WCO), do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (OHIM) e do Organismo Europeu da Luta Antifraude (OLAF), no sentido de se encontrarem soluções que minimizem os danos e impactos da contrafação de peças de veículos automóveis, para consumidores, intermediários e fabricantes que, segundo os responsáveis, podem atingir cerca de €7MM, todos os anos, só na Europa.

Não existem estatísticas de contrafação de lubrificantes no mundo mas, diferentes fontes, representando empresas multinacionais do sector, têm referido em diversos fóruns, que o problema de falsificação e venda de lubrificantes contrafeitos tem crescido nos últimos anos, estando muito concentrado no leste europeu, mas com impactos que se sentem já no ocidente. Estas empresas mostram-se preocupadas com a crescente tendência de infrações na Europa e apostam em medidas de combate à contrafação, nomeadamente através de alterações nas embalagens, nos rótulos e nos próprios produtos. Apostar na informação e na divulgação dos impactos e da legislação em vigor, têm sido outros fatores de combate à contrafação.

Portugal acelera medidas de combate à contrafação

A legislação portuguesa de prevenção e combate à contrafação tem evoluído bastante nas últimas décadas. O crime de contrafação encontra-se previsto no art.º 323.º do Código da Propriedade Industrial (DL nº 36/2003, de 5 de Março, com as alterações introduzidas pelo DL nº 143/2008, de 25 de Julho e pela Lei nº 46/2011, de 24 de Junho), que estabelece a aplicação de “pena de prisão até três anos ou pena de multa até 360 dias”. No entanto, na maioria dos casos, os infratores beneficiam de suspensão de penas de prisão, sendo-lhes apenas aplicada uma multa que, previsivelmente, compensa a infração. Igualmente o artigo 324º estabelece a “pena de prisão até 1 ano ou pena de multa até 120 dias” a “quem vender, puser em circulação ou ocultar produtos contrafeitos (...), com conhecimento dessa situação”.



Para além do Código da Propriedade Industrial, existe o Código do Direito de Autor (DL 63/85; Lei 45/85; Lei 114/9, no artigo 196º) e o Código de Direito Penal (artigo 243º) que preveem as medidas de prevenção e repressão dos contrafatores.

Criada em 2005, a ASAE - Autoridade de Segurança Alimentar e Económica, é a autoridade administrativa nacional especializada no âmbito da segurança alimentar e da fiscalização económica.

A 27 de Outubro de 2008, representantes dos órgãos nacionais de anti contrafação da Bulgária, França, Itália, Marrocos, Portugal, Roménia e Espanha, assinaram a Declaração de Cannes, com o objetivo de alertarem o consumidor, imporem sanções aos infratores e acentuarem a coordenação de esforços no combate à contrafação.

Em Setembro de 2010, a Portaria 822/2010 criou o Grupo Anti Contrafação e regulou o seu modo de funcionamento. Este grupo agrega representantes do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual), da ASAE, da DGAIEC, da GNR, da PSP e da PJ. Através de uma maior partilha de informação, do aumento da formação dos quadros técnicos e do reforço da parceria entre estas instituições, espera-se o reforço da cooperação e o acelerar do desenvolvimento de ações conjuntas para prevenir, mitigar e reprimir a contrafação.

Para se ter ideia da dimensão das apreensões, referimos que em Dezembro de 2013, numa operação designada “Laika”, a ASAE, com o apoio da Polícia Judiciária, desmantelou uma rede de contrafação de roupa e calçado, que operava em Portugal e Espanha, tendo apreendido cerca de 1 milhão de artigos, no valor de €0,7M, tendo sido efetuadas 91 detenções e desmantelados 37 locais de produção, e em janeiro do corrente ano, a operação “Portuluxe” culminou num processo-crime por venda, circulação e ocultação de produtos contrafeitos em que foram apreendidos cerca de 83.000 artigos (malas, carteiras, calçado, vestuário, marroquinaria, etc.), no valor aproximado de €2M.

Atualmente, a Havocscope, organização que desenvolve estatísticas sobre o mercado negro, estima que os prejuízos totais decorrentes da contrafação em Portugal rondem os €185M, para o Estado e para o sector privado.

Como já referimos, não existem dados estatísticos precisos, referentes à contrafação de lubrificantes em Portugal. Contudo, nos últimos anos, os responsáveis das empresas associadas da APETRO, têm sido confrontados com eventuais casos de falsificação de produtos, quer em lojas de retalho, quer em oficinas de reparação automóvel. O crescimento deste fenómeno no leste europeu – sobretudo Hungria, Rússia e Polónia – obriga as companhias a promoverem a divulgação dos impactos económicos e das consequências legais inerentes à contrafação, bem como a implementar processos que permitam o seu combate eficaz.

Todos temos responsabilidade em agir

Dada a tendência de crescimento da contrafação a nível global e a gravidade dos seus impactos, foram criadas uma multiplicidade de organismos mundiais, europeus e locais, que tentam controlar, divulgar, legislar, punir e mitigar as acções ilícitas destes infratores.

Após o registo de propriedade industrial, os direitos encontram-se protegidos e os seus titulares podem desencadear um processo-crime, apresentando uma queixa junto das entidades competentes (site da ASAE, Brigada Fiscal da GNR e Ministério-Público, tribunais). A instrução destes processos de contraordenação é da competência da ASAE, sendo a coima aplicada pelo INPI. No entanto, é de reforçar que é ao ofendido que cabe a manifestação do interesse de instaurar um processo-crime. A violação dos direitos de propriedade industrial é um crime semipúblico: no caso de o ofendido não apresentar queixa, as autoridades competentes não atuarão.

A contrafação é um crime punido por lei, com consequências para os contrafatores e para quem comercialize produtos contrafeitos. A procura e aquisição de produtos contrafeitos, por revendedores e consumidores, promovem esta atividade ilícita. Os operadores no mercado – retalho, oficinas de marca, oficinas independentes, distribuidores e intermediários – têm a responsabilidade de conhecer a origem dos lubrificantes que adquirem.

A lei portuguesa aplicável nesta matéria e o número de organismos envolvidos, são os suficientes para combater este crime. O que se torna urgente, na nossa opinião, é dotar as entidades fiscalizadoras de mecanismos e meios eficazes de combate à contrafação, aplicar a lei e sensibilizar os agentes económicos para a necessidade de erradicarem práticas ilegais de comércio em Portugal.

Empresas expostas à contrafação impõem medidas preventivas

Devido à crescente sensibilização para o tema da contrafação, nota-se uma maior tendência para as empresas desenvolverem iniciativas de prevenção no combate à mesma.

Como proceder preventivamente

- Consultar o Portal da INPI e do Boletim de Propriedade Industrial, da apresentação de reclamações e de processos-crime em curso;
- Desenvolver contactos prévios com as entidades locais, alinhando procedimentos de transmissão de informação de situações suspeitas;
- Criar funções organizativas internas de protecção de marca e desenvolver procedimentos de transmissão de informação interna de atividades suspeitas ou incorporar as mesmas nos Departamentos Jurídicos;
- Criar processos de relatar internamente as incidências, anomalias ou suspeições de falsificação, envolvendo a equipa de vendas e/ou merchandising;
- Desenvolver ferramentas de controlo de dados envolvendo outras filiais/países (por exemplo, discrepâncias de preços sem razão aparente, alertas de clientes ou distribuidores, fraca qualidade de embalagens nos expositores de retalho, queda abrupta de vendas numa determinada zona geográfica);
- Desenvolver, na cadeia logística, sistemas de auditoria e controlo de qualidade e de rastreio das embalagens vendidas, através do código do lote;
- Assegurar a celebração de contratos de concessão de licença ou outsourcing que contenham cláusulas de protecção das marcas e dos seus direitos de propriedade industrial;

- Garantir a boa execução das estratégias e planos das marcas nos canais de distribuição;
- Recorrer a tecnologia de difícil imitação (como a colocação de hologramas, impressões de rótulos multicamada, cápsulas invioláveis e impressão a laser, introdução de números de série e códigos do lote e código de molde da embalagem com algoritmos conhecidos por um número limitado de pessoas, entre outras);
- Divulgação, junto dos clientes e consumidores, da necessidade de garantirem que estão a adquirir produtos originais, bem como das consequências financeiras e sociais de possíveis infrações ou conluíus.

Como garantir que se trata de um lubrificante original:

- verificar a idoneidade de quem comercializa o produto;
- questionar a origem do produto;
- pedir as fichas técnicas do produto;
- verificar que a embalagem e o produto correspondem às características esperadas;
- questionar a viabilidade do preço – “se o preço é bom de mais para ser verdade, é porque provavelmente se trata de uma falsificação.”



Impactos para os infratores:

- privação de liberdade dos contrafactores (pena de prisão até 3 anos) e de quem comercializa (pena de prisão até 1 ano);
- redução do património (pena de multa, coimas e pagamento de indemnização);
- cessação de atividade comercial.

Em caso de suspeição, contactar:

- ASAE:
 - telefone 21 798 36 00
 - online: www.asae.pt (Página Inicial > Legislação > Queixas e Denúncias)
- Brigada Fiscal da GNR: zona de influência
- Serviços do Ministério Público. Junto aos Tribunais da zona de influência



Fontes:

<http://www.wipo.int/portal/en/> - World Intellectual Property Organization

<http://www.iacc.org/index.html> - International Anti-Counterfeiting Coalition

<http://www.havocscope.com/category/counterfeit-goods/> - Clipping jornais e revistas

<http://www.theglobalipcenter.com/wp-content/uploads/2013/01/CandPFactSheet.pdf> - Global Intellectual Property Center

<http://www.inta.org/TrademarkBasics/FactSheets/Pages/Counterfeiting.aspx> - International Trademark Association

<https://www.europol.europa.eu/content/fighting-fake-domestic-appliances-and-automotive-parts> - Europol

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/ - Comissão Europeia

<http://anti-contrafacciao.com/> - Grupo Anti Contrafação

<http://www.marcaspatentes.pt/index.php?section=195> – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

http://www.abreuadvogados.com/xms/files/05_Comunicacao/Artigos_na_Imprensa/CONTRAFACCAO.pdf - Artigo de Leonor Chastre (Abreu Advogados)

http://lukoil-lubricants.com/f/document_file/00173/Lubes_n_Greases.pdf - Countering Counterfeiters, by Tim Sullivan, Lubes ´n Greases, November/December 2008 – Number 10

http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt_PT/216/Declara%C3%A7%C3%A3o%20de%20Cannes%20-%20Ingl%C3%AAs.pdf – Declaração de Cannes