

## DESIGN

Sob a designação de desenhos ou modelos, referimo-nos concretamente a algo de que todos nós, consoante gostos próprios, somos profundamente apreciadores, mais concretamente ao design, que traça os **contornos de um objeto** ou lhe confere uma determinada **decoreção**.

É um aspeto de não somenos importância que, como bem sabe, quando incorporado nos produtos que fabrica e comercializa, **faz a diferença**.

**O que nos leva a escolher um determinado objeto em detrimento de outro?** A sua forma ou a sua decoreção. Enquanto **empresário**, se ainda não está consciente de tal facto, deverá procurar fazê-lo com brevidade. Sabe porquê? Porque o **consumidor** lhe atribui provavelmente mais importância do que julga.

Quando mobilamos a nossa casa, quando escolhemos o nosso carro, quando adquirimos o nosso vestuário e calçado, quer se queira ou não admitir, esse fator pesa nas nossas decisões de aquisição e, muitas vezes, até nos leva a gastar mais do que estava inicialmente nos planos ou a poupar para termos o que desejamos. É ou não verdade?

Entre uns sapatos comuns e uns de Luís Onofre lindos de morrer, entre um mobiliário vulgar e um com assinatura da Jet Class onde a classe efetivamente impera, entre uma mala indiferenciada e uma Kelly Bag que nos transporta até à Cote d'Azur, entre um carro igual a tantos outros ou e porque sonhar ainda não paga imposto, um Lamborguini, os exemplos poderiam multiplicar-se até à exaustão. Vamos ser sinceros. O que escolheríamos?

**Reflita pois os seus clientes também pensam assim e muitas vezes valorizam mais o design do que a própria qualidade.**

Considerando bem, nem tudo é mau, desde que tenha a capacidade de cativar quem o procura.

À semelhança do que sucede com as marcas e numa era pautada pela massificação da oferta de produtos e serviços, face à qual os **clientes** se tornaram **mais exigentes e sofisticados**, como os conquistar?

### **Apostando no design!**

Mas importa reter aqui a ideia de que é preciso proteger-se, se não quiser ver o seu investimento nesta matéria copiado e propriedade de “mãos alheias”. Sabe como o fazer? Se não, nós dizemos-lhe. Recorrendo ao sistema da propriedade industrial e, das muitas modalidades que contempla, ao **registo de desenhos ou modelos**.

### **O QUE PODE SER REGISTADO**

O que resulte da **aparência de um produto**, ou seja, linhas, cores, formas, texturas, ... Quer exemplos? Vamos dar-lhos: o para-choques de um automóvel; a embalagem de um produto; o grafismo de painéis publicitários; os símbolos gráficos; os caracteres tipográficos e muito, muito mais.

### **REQUISITOS DE REGISTO DE DESENHOS OU MODELOS**

São dois.

O **ser novo**, isto é, o facto de até à data do pedido de registo nenhum desenho ou modelo idêntico tiver sido divulgado ao público, a par do **carácter singular**, o que significa que não pode ser confundível com qualquer outro produto anteriormente difundido.

Cumpre ainda referir que podem ser registados desenhos ou modelos que, não sendo inteiramente novos, contenham combinações novas ainda não tornadas públicas. Em caso de reclamação, o INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial realiza exame quanto aos requisitos de novidade e singularidade invocados por terceiros.

## O QUE NÃO PODE SER REGISTADO

A criatividade do ser humano é prodigiosa, passível de ser classificada com o famoso slogan “No limits no!”, mas eles existem neste domínio e certamente, depois de tudo o que já foi dito, perceberá porquê.

Assim, **não podem ser registados** programas de computador, produtos ditados exclusivamente pela sua função técnica, produtos de interconexões, produtos com um design contrário à ordem pública ou aos bons costumes e design que não respeite as condições de proteção (novidade e singularidade).

Acha que são constrangimentos a mais?

Está enganado, pois à semelhança do seu poder criativo, a margem de registo é enorme. Que o digam as empresas que apostam forte nesta vertente e se preocupam em protegê-la. Agora que já sabe quais são, depois de conhecer os critérios de registo, temos a certeza de que concorda connosco.

## QUAIS AS VANTAGENS DO REGISTO

Já foram afloradas, mas vamos agora lista-las para que não tenha dúvidas.

Confere um **direito exclusivo** que permite impedir que terceiros, sem o consentimento do titular do registo, produzam, fabriquem, vendam ou explorem economicamente o produto protegido; permite **transmitir** o registo ou conceder **licenças de exploração** a favor de terceiros; maior **valor** comercial; maior **segurança** para o consumidor; maior **segurança** para o público em geral; **favorece** o empreendedorismo. **Face ao exposto, de que está à espera para registar o seu?**

Criou peças de vestuário inovadoras? Criou uma nova linha de mobiliário? Criou uma linha de contentores ecológicos para armazenamento de resíduos com design próprio? Criou peças de decoração diferentes das muitas que andam por aí? Investiu numa embalagem atraente para os seus produtos?

**Registe ou alguém vai fazê-lo no seu lugar, copiar e recolher os benefícios do muito que investiu.**

Vantagem adicional? A sua vigência é de **25 anos** a contar da data do pedido.

Entretanto e até à sua extinção, muito mais vai criar de acordo com as tendências de mercado e registar para evitar desgostos de maior.

## **COMO REGISTRAR EM PORTUGAL**

Não é tão complicado como julga. O **pedido é apresentado perante o INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial** e a decisão deste é rápida.

Para maior segurança processual e jurídica, pode e deve recorrer a um profissional da propriedade industrial, pois este efetuará as necessárias **pesquisas especializadas** para aferir os critérios de registo já mencionados e acompanhará todo o processo.

Se neste domínio como em tudo na vida, não existem garantias absolutas, o apoio de um especialista na matéria é fundamental para minorar os riscos de um pedido de proteção mal sucedido.

É por isso e para isso que existimos, para pugnar pela proteção da sua inovação.

## **COMO REGISTRAR NO ESTRANGEIRO**

O registo de um desenho ou modelo obtido em Portugal apenas produz efeitos no território nacional, atendendo a que e como já tivemos oportunidade de o informar, os direitos de propriedade industrial são direitos territoriais, beneficiando de proteção no(s) país(es) em que foram registados.

Agora se o seu mercado ou mercados alvo forem outros e para assegurar a proteção do seu design no estrangeiro, **há 3 vias possíveis:**



Requerer a proteção **diretamente** no(s) país(es) em que se pretende efetuar o registo – ex. Itália.

Requerer a proteção de um desenho ou modelo através do **sistema comunitário** de registo (IHMI).

Requerer a proteção de um desenho ou modelo através do **sistema internacional** de registo (OMPI).

Admitimos que tudo isto lhe possa parecer complexo, a ponto de pensar que não vale a pena o esforço, mas e se for esse o caso, permitimo-nos discordar de si, reiterando que vale e que existem profissionais especializados para o apoiar nesta “cruzada”.

## **ATENÇÃO!**

O **pedido de registo de desenho ou modelo efetuado em Portugal** permite ao requerente beneficiar de um direito **de prioridade de 6 meses** para o apresentar nouro território.

Se este prazo for respeitado, o pedido efetuado no estrangeiro beneficiará da data do pedido que inicialmente foi apresentado em Portugal.

Esta prioridade confere a **regalia** de permitir que o pedido no estrangeiro seja tratado como se tivesse sido apresentado na data em que foi requerida a proteção em Portugal, sem que qualquer facto ocorrido nesse período, como por exemplo outro pedido idêntico, o invalide.

## **Vantagens?**

Um tempo para, com segurança, testar a aceitabilidade do seu produto no mercado e seleccionar aqueles onde mais poderá obter retorno do investimento realizado.

## **UM CASO DE INSUCESSO**

Uma empresa nacional do setor dos plásticos desenhou, produziu e colocou à venda uma colher para uso culinário. Investiu em design e no próprio material de que é confeccionada, não tóxico para o ser humano. A aceitação do produto foi elevada e este, num curto espaço de tempo, estava disponível em grandes superfícies comerciais, sucedendo-se encomendas cada vez maiores.

Dez anos volvidos deu-se o click! O produto começou a ser copiado, não estava registado e quando o quiseram fazer era tarde, pois já tinha perdido a novidade. A opção? O seu abandono, principal fonte de investimento da empresa!

## **UM CASO DE SUCESSO**

A mesma empresa aprendeu! Desenha, produz e comercializa uma vasta panóplia de produtos a nível nacional e internacional. E foi longe na defesa da sua propriedade industrial. Utiliza acordos de confidencialidade com os seus próprios designers, fornecedores, subcontratados e distribuidores.

Doze anos depois do click orgulha-se e nós também, da vasta carteira de direitos de propriedade industrial de que é titular e onde o seu design reina nos muitos modelos que entretanto produziu e continua a desenvolver, protegidos em Portugal e na União Europeia, seu mercado alvo! Bravo!

**Ainda vai deixar que outros usufruam do que é seu?**

### **PROPRIEDADE INDUSTRIAL**

**Proteger para Defender, Prevenir para Evitar!**