

APICE

Associação Pela Indústria e Comércio Esportivo

PLS 487/13
COMÉRCIO ELETRÔNICO

Marina Egydio de Carvalho
Diretora Presidente

Associados



Missão

Ser o canal Institucional de representação das empresas esportivas globais com instituições governamentais e demais *stakeholders*.



JUNTOS SOMOS MAIS FORTES



LIVRE CONCORRÊNCIA



MERCADO LEGAL



O ESPORTE NOS DESENVOLVE

Dados ÁPICE 2016

Vendas
R\$5,5 Bi

Volume de vendas
+ de 50 milhões
de peças

Investimentos
R\$ 1,2 bilhão

Tributos
R\$1,2 bilhão

PDV
10.000

Empregos
20 mil

E-com
30%
crescimento

Fonte: ÁPICE/GS&MD

Dados Mercado Ilegal

Mercado Ilegal	2014	%
Calçados esportivos adquiridos no Brasil	80.607.525 pares	100%
Calçados esportivos adquiridos de origem ilegal	18.934.654 pares	23,48%

Fonte: IBOPE

Faturamento médio do mercado ilegal de calçados esportivos (2014)	R\$2.775.820.276,40
Tributos não arrecadados aproximados (2014)	R\$643,9 milhões
Empregos formais não gerados	9.000

Fonte: IBOPE/ÁPICE/ GS
MD



Comércio Eletrônico

Dados Mercado Online

- Na contramão da crise: E-commerce faturou R\$44,4 bilhões, crescimento nominal de 7,4%. em 2016. Estima-se que até 2021 pode chegar a R\$229 bilhões.
- O comércio eletrônico brasileiro tem crescido muito acima da economia. O crescimento médio anual nominal no período 2001/2016 foi de 46,7%.
- Esporte e lazer fez parte das 10 categorias mais vendidas em e-commerce em 2016.
- Em 2016, o B2B americano faturou mais de 830 bilhões de dólares e é provável que ultrapasse a marca de 1,2 trilhão de dólares até 2021
- O crescimento de vendas via marketplaces mais que dobrou.
- Estimativa com vendas ilícitas online: muitas vezes superam 50% das vendas disponíveis. Milhares de anúncios.

Fonte: Fecomércio / EBIT / Conevrsaion /Forrester / Offer

Situação Atual

- No Brasil, falsificadores têm ambiente propício: não recebem a mesma punição que os violadores de direito autoral e não são submetidos a pena prisional. (PL333/99)
- O comércio eletrônico não pode ser mais uma via fácil de ação destes infratores, e os sítios não podem ser cúmplices do ilícito praticado por estes empresários do crime.
- As plataformas enriquecem e cobram comissão pelas vendas efetuadas, auferindo lucro direto a partir da operação comercial realizada (lícita e ilícita).
- Detentores de marcas assumem custos da ilegalidade (consequente impacto em inovação e competitividade); enquanto plataformas recebem lucros, sem ser responsabilizada pela ilegalidade.
- A judicialização de milhares de anúncios é ineficiente, custosa e onera o poder público.
- Programas voluntários baseados em “*notice take down*” atualmente não tem se mostrado suficientes.

Artigo 116 PLS 487/13

- O Artigo 116 elimina uma lacuna antes preenchida por legislação que não tem como objeto regular relações comerciais/financeiras.
- Retira a problemática da excessiva e desnecessária judicialização prévia à retirada do ar de vendas ilegais.
- Aproximador = shopping center – “co-responsável pelo ilícito danoso realizado” (Resp. STJ 1125739 SP)

O crescimento do comércio eletrônico deve privilegiar os empresários que atendam ao cumprimento da legislação brasileira e não pode permitir que empresários comercializem produtos ilegais, nem que sítios se eximam da responsabilidade de coibir a venda destes produtos, sob pena de estar também auferindo lucro de forma ilícita.

PLS 487/13 – Comércio Eletrônico

Artigo 116 - O texto terá um impacto importante no combate ao mercado ilegal de produtos altamente lesivos, dos mais variados setores, como por exemplo, tênis, brinquedos e perfumes e cosméticos falsificados, que são comercializados de forma livre e não regulada pela internet.

Artigos 152 a 154 – Parasitismo: essa temática precisa ser regulamentada para equacionar investimentos X prejuízos do setor privado, além de auxiliar na interpretação sistemática do capítulo como um todo.



OBRIGADA

www.apicebrasil.org.br
associacao@apicebrasil.org.br