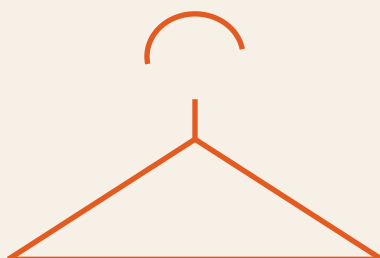


REGISTRO DE MARCA PARA UMA MARCA DE ROUPAS

Como estruturar a proteção do nome aplicado às peças, à loja e aos serviços criativos da marca.



VANDIRA EVELYN

Advogada · Propriedade Intelectual · Atuação independente

MATERIAL EDUCATIVO · JULHO DE 2026

O QUE PODE SER PROTEGIDO

A marca organiza a identidade do projeto — mas o escopo precisa acompanhar a atividade.

01

NOME NA ETIQUETA

A marca que identifica a origem das peças e coleções.

02

LOGOTIPO E SÍMBOLO

Elementos figurativos relevantes podem justificar pedido misto ou figurativo.

03

LOJA

A atividade de venda é diferente do produto roupa.

04

DESIGN E PRODUÇÃO

Criação, costura sob medida e fabricação por encomenda podem envolver outras classes.

IDEIA CENTRAL

Registro de marca não é uma autorização genérica sobre um nome. A proteção nasce da relação entre o sinal, o titular e os produtos ou serviços especificados no pedido.

CLASSIFICAÇÃO DE NICE

Classes que normalmente merecem análise

As indicações abaixo são pontos de partida. A atividade concreta pode exigir classes diferentes ou adicionais.

25**CLASSE 25**

Roupas, calçados e artigos de chapelaria.

35**CLASSE 35**

Serviços de varejo, loja on-line, organização comercial e apresentação de produtos para venda.

40**CLASSE 40**

Confecção, costura, bordado ou fabricação sob encomenda, conforme o serviço efetivamente prestado.

42**CLASSE 42**

Design de moda e desenvolvimento criativo quando oferecidos como serviço a terceiros.

18**CLASSE 18**

Bolsas, malas e determinados artigos de couro, quando fizerem parte do portfólio.

EXEMPLO PRÁTICO

A classe 25 protege a marca aplicada às roupas. A classe 35 pode ser relevante para a loja que reúne e comercializa produtos. Uma não substitui automaticamente a outra.

COMO FAZER NA PRÁTICA

Do planejamento ao acompanhamento do pedido

01

DEFINIR

Identifique o titular, o sinal e tudo o que será oferecido sob a marca.

02

PESQUISAR

Busque marcas idênticas e semelhantes, inclusive em segmentos afins.

03

CLASSIFICAR

Escolha classes e especificações coerentes com a atividade efetiva.

04

PREPARAR

Organize cadastro, imagem da marca, documentos, declarações e taxa.

05

PROTOCOLAR

Preencha o e-Marcas, revise o formulário e guarde o recibo.

06

ACOMPANHAR

Monitore a RPI, oposições, exigências, decisões e prazos.

IMPORTANTE

Taxas, formulários e listas podem mudar. A consulta às fontes oficiais deve ocorrer imediatamente antes do protocolo.

BUSCA E ESTRATÉGIA

O que precisa ser investigado antes do pedido

A busca não se limita ao nome exato e não funciona como garantia de deferimento.

PONTOS DE PESQUISA

- Marcas de roupas, calçados, acessórios, lojas e marketplaces semelhantes.
- Elementos comuns na moda, como termos descritivos e expressões de tendência.
- Afinidade entre vestuário, bolsas, joias, cosméticos e varejo.
- Disponibilidade do nome para expansão de coleções e canais de venda.

ANÁLISE DO SINAL

Compare grafia, som, significado, impressão visual e elementos de uso comum. O conjunto marcário importa, mas a força distintiva de cada parte também.

ANÁLISE DO MERCADO

Considere público, canais de venda, finalidade, localização, produtos e serviços afins. Classes diferentes não afastam automaticamente o conflito.

PERGUNTA-CHAVE

O público poderia acreditar que os sinais têm a mesma origem ou alguma relação econômica, artística ou profissional?

RISCOS RECORRENTES

Maiores erros e atenções específicas

01 Registrar apenas a loja e deixar as roupas sem cobertura adequada.

02 Escolher expressão promocional ou descritiva com baixa distintividade.

03 Ignorar marcas semelhantes em bolsas, calçados e acessórios afins.

04 Protocolar antes de definir quem é o verdadeiro titular do negócio.

05 Não guardar notas, etiquetas, catálogos e anúncios que comprovem uso.

06 Copiar estampas ou campanhas sem avaliar direitos autorais e imagem.

A marca protege o sinal distintivo; não protege automaticamente modelagens, estampas, desenhos ou fotografias. Esses elementos podem exigir contratos, direito autoral ou desenho industrial.

REVISÃO FINAL

Checklist antes do protocolo

☐

Listar todos os produtos da coleção atual e planejada.

☐

Separar produto, varejo, fabricação e design.

☐

Pesquisar sinais semelhantes em atividades afins.

☐

Definir a forma nominativa, mista ou figurativa do pedido.

☐

Organizar provas de uso em etiquetas, embalagens e vendas.

☐

Revisar direitos de estampas, fotos, modelos e fornecedores.

FONTES OFICIAIS**MANUAL DE MARCAS**

<https://manualdemarcas.inpi.gov.br/>

GUIA BÁSICO DE MARCA

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/guia-basico>

CLASSIFICAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/classificacao-marcas>