

AMPRO - ASSOCIAÇÃO DE MARKETING PROMOCIONAL

PROTOCOLO

Tendo em vista o desejo de fortalecer o mercado de Marketing Promocional no Brasil, regulando as diversas formas de contratação das agências componentes do mercado e valorizando a atividade criativa dos profissionais de marketing e das agências de Marketing Promocional, a **AMPRO – Associação de Marketing Promocional**, sociedade civil sem fins lucrativos, dotada de personalidade jurídica, de duração por tempo indeterminado, sem fins políticos ou religiosos, de caráter técnico-profissional, com sede e foro na Capital do Estado de São Paulo, na Rua Padre Garcia Velho, 73, 11º Andar, Pinheiros, propõe, através deste Protocolo, que o Tomador de Serviço de Marketing Promocional assine o presente compromisso antes do início do processo de Concorrência, sujeitando-se aos seguintes termos:

I. - Definições

Para todos os efeitos a que se destinam as palavras ou expressões abaixo mencionadas, terão os seguintes significados, independentemente se escritas no plural ou no singular:

(i) **Marketing Promocional** - Mercado formado por empresas de comunicação especializadas em:

- Promoções com distribuição gratuita de prêmios, através de concursos, sorteios, vales-brindes ou operações semelhantes;
- Ações constituídas de ofertas, descontos, liquidações, trocas, coleções, amostras grátis, brindes, vendas condicionadas com quaisquer itens acoplados a produtos, prêmios;
- Ações de demonstrações, degustações e amostragens;
- Atividades de marketing de incentivo: concursos de vendas e programas de incentivo à produtividade e desenvolvimento de produtos e serviço para efetivação dos programas de incentivo;
- Eventos de qualquer natureza, incluindo os de lançamento de produtos, corporativos,

sociais, culturais e esportivos;

- Produtos, equipamentos e serviços para realização de eventos de todos os portes.
- Organização e implementação de feiras, exposições, convenções, seminários, reuniões, encontros, fóruns, simpósios, congressos, cursos, festivais, gincanas, desfiles, festejos, efemérides, certames, shows, patrocínios, copas, circuitos;
- As atividades de *in store marketing* em geral;
- Cuponagens, material de literatura e promocional de ponto-de-venda;
- Projetos de embalagens, marcas, logotipos, logomarcas, símbolos, programação visual e demais peças que envolvem os produtos;
- Identidade visual corporativa;
- Ações de merchandising e Materiais de PDV;
- Atividades de coordenação de assessoria de imprensa e relações públicas;
- Atividades de Marketing de Relacionamento, incluindo gerenciamento e coordenação de marketing direto, DBM, CRM, telemarketing, call e contact center;
- Programas de Marketing esportivo, cultural e social;
- Coordenação e gerenciamento de diversos tipos de Pesquisa;
- Trabalhos de endomarketing;
- Internet e sua utilização na área;
- Criação de Brindes, gimmicks, produtos interativos/virtuais;
- Recursos humanos e tecnológicos especializados.

(ii) AMPRO ou Associação - sociedade civil sem fins lucrativos, dotada de personalidade jurídica, de duração por tempo indeterminado, sem fins políticos ou religiosos, de caráter técnico-profissional, com sede e foro na Capital do Estado de São Paulo, na Rua Padre Garcia Velho, 73, 11º Andar, Pinheiros;

(iii) Agências – empresas de prestação de serviços no campo do Marketing Promocional, associadas ou não à AMPRO, independentemente da pessoa ou pessoas que as estejam representando;

(iv) Tomador de Serviço – empresa anunciante, tomadoras de serviços de Marketing Promocional, exceto aquela de cujo capital social participe o poder público, em qualquer de suas esferas;

(v) **Concorrência** – forma de escolha e início do processo de contratação de Agências de Marketing Promocional ou de serviços a ela vinculados, pelo Mercado Tomador;

(vi) **Direito de Propriedade Intelectual** - direitos que incidem sobre as criações do gênio humano, manifestadas em formas estéticas (Direito de Autor) ou de utilidade (Direito da Propriedade Industrial).

(vii) **Direito de Autor** – ramo do Direito Privado que regula as relações jurídicas advindas da criação e da utilização econômica de obras intelectuais, estéticas e compreendidas na literatura, nas artes e nas ciências;

II. – Objetivo

O objetivo do presente Protocolo é o fortalecimento do mercado de Marketing Promocional, através da instituição de certas regras norteadoras das relações entre as **Agências** e o **Tomador de Serviços** de Marketing Promocional.

Tal premissa terá a função precípua de regular a titularidade dos direitos de Propriedade Intelectual sobre os produtos, peças, mecânicas, *briefings*, projetos, esboços, ilustrações, bases de dados, obras fotográficas, marcas e textos publicitários desenvolvidos para apresentação no processo de concorrência privada, entre as **Agências**, para contratação Campanhas de Marketing Promocional pelo **Tomador de Serviço**.

Por fim, ressalte-se que não há intenção de qualquer **Agência** signatária em reservar ou resguardar mercado de atuação para si ou seus pares ou prejudicar a atuação dos mesmos.

Ratifique-se, ainda, que nem este documento, nem a aceitação da inclusão de seus dispositivos tem, teve ou terá, a qualquer tempo, a intenção de ferir, impedir, restringir ou de qualquer modo atrapalhar a livre concorrência no mercado de Marketing Promocional ou qualquer outro a ele correlato.

III. – Obrigações do Tomador de Serviços

O **Tomador de Serviços** reconhece e concorda que as peças, *briefings*, projetos, esboços, ilustrações, bases de dados, obras fotográficas e textos publicitários (“trabalhos”) constituem criações intelectuais de titularidade das **Agências** participantes do processo de Concorrência e encontram-se protegidos nos termos da Lei nº. 9.610/98 (Lei dos Direitos Autorais) e da Lei nº. 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial).

Os trabalhos submetidos à apreciação do **Tomador de Serviço** durante o processo de Concorrência constituem uma antecipação de prestação de serviços, motivo pelo qual tais trabalhos somente poderão ser utilizados em proveito do **Tomador de Serviços** após celebração de contrato de prestação de serviços entre este e a **Agência** vencedora da Concorrência e nos termos e disposições deste instrumento específico.

O **Tomador de Serviço** obriga-se a manter sigilo absoluto sobre todas as informações e trabalhos que tenham sido a ele revelados pelas **Agências** durante o processo de Concorrência, não podendo, sob qualquer pretexto, direta ou indiretamente, no todo ou em parte, reproduzir, divulgar ceder, vender, doar, explorar, comercializar, revelar, utilizar ou deles dar conhecimento a terceiros estranhos à Concorrência, sem anuência expressa e por escrito das **Agências** proprietárias dos trabalhos.

III – Obrigação das Agências

Comprometem-se as **Agências** participantes do processo de Concorrência a depositar no Cadastro de Idéias da AMPRO as campanhas e todos os materiais a elas relativos para a qual forem convidadas, informando **Tomador de Serviço** sobre tal depósito.

Ainda por meio deste instrumento as **Agências** comprometem-se a manter absoluto sigilo de todas as informações confidenciais recebidas do **Tomador de Serviço**, quando do briefing, não podendo reproduzir, repassar, comentar, divulgar ou dar conhecimento a terceiros ou

mesmo em benefício de outro **Tomador de Serviço** que possam **as agências** terem ou virem a ter após o processo de concorrência aqui mencionado.

E assim, por estar de pleno acordo com os termos e disposições acima, o representante legal do **Tomador de Serviço** assina o presente Protocolo.

Local e data:

Nome do Tomador do Serviço

Representante

RG no.

Assinatura

Nome do Prestador do Serviço

Representante

RG no.

Assinatura

PS: Identificar a concorrência a que se refere este documento - todos os detalhes que a caracterizam de maneira que não seja confundida com outra(s) diferente(s).