



São Paulo, 29 de abril de 2.011

Ao
Sr. Eber do Carmo
Avenida das Carmelitas, 210, Pouso Alegre
Minas Gerais
CEP: 37550-000

ref.: NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL - Divulgação não autorizada de imagens do veículo COROLLA S no site "www.noticiasautomotivas.com.br"

Prezados Senhores,

Na qualidade de advogada de Toyota do Brasil Ltda. ("Toyota"), sirvo-me da presente para **notificá-los** do quanto segue:

I – OBJETIVO

Esta notificação tem por objetivo instar V. Sa. a, **imediatamente**, retirar de qualquer do site internet **www.noticiasautomotivas.com.br**, a matéria que vem sendo veiculada no referido site desde 23.03.2011, com referência expressa às imagens ainda não divulgadas do veículo Corolla S, em flagrante ação de concorrência desleal, tendo em vista que tal divulgação não foi autorizada.

II- DO BREVE HISTÓRICO DOS FATOS

A Notificante é empresa mundialmente conhecida por sua atuação na fabricação e comercialização de automóveis de diversos tipos e modelos em mais de 170 países no mundo através de suas diversas subsidiárias e uma extensa rede de distribuidores, além de atuar em outros ramos tais como náutica, seguros, construção civil, dentre outros.

No Brasil, a marca Toyota é marca extremamente forte e sua identidade foi construída ao longo de mais de cinquenta anos, sob a total influência da cultura japonesa, cultuando os princípios " Toyota Way", o que lhe garante a excelência técnica na fabricação de veículos.

Ainda no Brasil, a marca Toyota projeta a própria identidade da empresa, influenciando sobremaneira no público consumidor em geral, na medida em que na qualidade de marca que goza de status de marca de alto renome, a marca protege seus produtos e serviços em todo e qualquer ramo de atividade, solidificando a reputação, o crédito, o conceito e a fama da empresa, impondo à confiança e à preferência do consumidor os produtos que vende ou fabrica.

Desde sua instalação no Brasil há mais de 50 anos, a requerente prima de maneira absoluta por manter intocável a excelente reputação da marca TOYOTA, conquistada através de muito esforço e pesados investimentos de marketing e publicidade, assim como tecnologia avançada para produzir produtos com superior qualidade tecnológica.

Em razão da forte influência que a publicidade exerce sobre as grandes massas da população, a requerente sempre buscou atuar de maneira leal junto a sua concorrência e em suas campanhas publicitárias nunca deixou de prestar informações idôneas com relação aos produtos que disponibiliza no mercado e em total respeito ao consumidor, seu bem mais precioso.

No entanto, em 23 de março de 2.011, a TOYOTA DO BRASIL tomou conhecimento de que foram veiculadas imagens do veículo Corolla (numa versão especial) que ainda não foi lançada no mercado, sendo que tal veiculação se mostra indevida e desautorizada, causando um enorme prejuízo à Toyota, posto que a divulgação antecipada de tais imagens frustra sobremaneira toda a expectativa do consumidor, inclusive em relação à novidade do produto.

Ora, a Toyota do Brasil, assim como as demais indústrias automotivas investe grandes quantias em marketing a fim de promover a venda dos produtos que fabrica.

Verifica-se, claramente que a divulgação das imagens no site <http://www.noticiasautomotivas.com.br/exclusivo-veja-o-corolla-s-nacional-que-sera-lancado-em-fevereiro-de-2012/>, causa prejuízo à Toyota do Brasil, no sentido de que a divulgação das fotos não autorizadas derruba por completo a novidade que é o requisito essencial para o lançamento de um produto no mercado.

A publicidade, conforme ensina CARLOS ALBERTO BITTAR¹, pode ser definida como:

“A arte e a técnica de elaborar mensagens para, por meio de diferentes formas de manifestação e veiculação, fazer chegar ao consumidor de determinados produtos ou serviços despertando nele o desejo de adquiri-los ou dispor. Voltada para os sentidos, procura atrair a atenção dos destinatários e despertar-lhes o interesse levando-os à prática de atos de consumo”.

¹ *O Direito do Autor na Obra Publicitária*, São Paulo, RT, 1981, pág. 73

No mundo dos negócios, principalmente no ramo dos veículos automotivos, as divulgações publicitárias têm enorme impacto perante o público-alvo, veiculando mensagens para lhe arrebatam a preferência e interesse na aquisição.

No caso em questão, ocorreu o dano à Toyota na medida em que, houve a divulgação das fotos no momento em que a empresa investe no marketing de divulgação do produto Corolla S que será lançado no mercado no início de 2012.

V – Conclusão

Diante do exposto, fica V.Sa. **notificado** a, no prazo máximo e improrrogável de **24 (vinte e quatro horas)** do recebimento desta:

- (i) cessar a veiculação da matéria sobre o Corolla S e das imagens relativas ao referido veículo na internet ou em qualquer meio de comunicação;
- (ii) abster-se de veicular em qualquer meio de mídia, qualquer tipo de referência à marca Toyota ou aos seus produtos sejam eles ou não comercializados no Brasil.
- (iii) informar à Notificante o total acatamento dos termos desta notificação.

O não atendimento dos termos da presente ensejará, infelizmente, a adoção das medidas cabíveis, administrativas e/ou na esfera judicial, civil ou criminal, para a cessação da conduta lesiva e proteção dos direitos da Toyota.

Atenciosamente,



**Toyota do Brasil Ltda.
Rosana Bermejo
Departamento Jurídico**