
Cervejaria Petrópolis indenizará Ambev em R\$ 200 mil por danos morais

A Cervejaria Petrópolis, que produz a cerveja Itaipava, terá que indenizar a Ambev em R\$ 200 mil, por danos morais, além dos danos materiais a serem apurados em liquidação de sentença. A decisão é da 17ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio.

A marca Brahma lançou a lata vermelha de cerveja com o slogan “o sabor da sua Brahma agora na cor da Brahma”, o que, segundo a companhia, serviria para diferenciar e identificar a sua marca. Dois meses depois, porém, a concorrente lançou no mercado uma lata da cerveja Itaipava, na cor branca, em edição comemorativa do patrocínio da fórmula Stock Car que, posteriormente, foi trocada por uma similar na cor vermelha. Isso, no entendimento do TJ-RJ, acarretou o desvio da clientela para ela, configurando concorrência parasitária.

A cervejaria Petrópolis defendeu-se, alegando que a cor vermelha é intimamente ligada à sua marca e à cerveja Itaipava há muitos anos. Afirmou que a cervejaria Ambev “pegou carona” para alavancar o seu mercado de consumo com a lata de cor vermelha que pertence ao seu “*trade dress*”.

Para o relator do processo, desembargador Edson Aguiar de Vasconcelos, houve utilização da estratégia publicitária da concorrente por parte da Cervejaria Petrópolis. “O que está em pauta de discussão neste processo é a utilização de uma estratégia publicitária engendrada por uma marca de cerveja consagrada, Brahma, por um produto de concorrente, Itaipava. Com estas considerações pode-se concluir pela prática de concorrência parasitária pela ré-reconvinte Cervejaria Petrópolis S/A, na comercialização de sua Cerveja Itaipava, ao aproveitar a estratégia publicitária de sua concorrente Cerveja Brahma, para lançar no mercado cerveja em lata na mesma cor da que fora anunciada por esta última em campanha publicitária que custou elevado investimento, fato também inquestionável. E não se diga que tal conduta não é suscetível de levar o consumidor a confundir os produtos de marcas diferenciadas, pois o anúncio de venda da cerveja Brahma na cor vermelha pode induzir os consumidores ao entendimento de se tratar de produtos similares ou de mesmo sabor”, concluiu. *Com informações da Assessoria de Imprensa do TJ-RJ.*

Processo: 0004385-03.2011.8.19.0001

Date Created

22/11/2012