
Usar nome de marca concorrente é tentativa de enganar consumidor

Nomes semelhantes de produtos de marcas que atuam no mesmo segmento de mercado podem gerar confusão entre os consumidores. Nesse caso, usar o nome da concorrente é uma tentativa de aproveitamento da marca. Assim entendeu o Tribunal Regional Federal da 2ª Região ao julgar o caso de uma empresa do Ceará que queria registrar o nome “Nacional Rent a Car”. Acontece que a marca “National Car Rental” já é usada por uma multinacional que atua no Brasil.

Para o relator do recurso, desembargador Paulo Espirito Santo, a marca cearense queria “aproveitar-se da fama e posição de destaque da marca de titularidade da multinacional, a qual atua em diversos países, em vários continentes, no mesmo segmento de mercado de aluguel de carros”.

O pedido de registro de marca feito pela locadora cearense foi concedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) em 2013. Com isso, a multinacional entrou com ação de nulidade do registro da marca. Em primeira instância, o registro do nome “Nacional Rent a Car” foi anulado. O juiz levou em consideração a anterioridade do registro e a possibilidade de confusão do consumidor.

Representada pelo advogado **Sérgio Nery**, do escritório Montauray Pimenta, Machado & Viera de Mello, a multinacional “National Car Rental”, alegou que tem o registro da marca desde 1970 e que atua com esse nome comercial em todo o mundo. “A empresa cearense atua no mesmo segmento de mercado. É claramente uma tentativa de atrair clientes. Assim, a concessão do registro à concorrente é completamente indevida, pois o consumidor não consegue distinguir uma da outra”, argumentou o advogado.

A empresa cearense, alegou que o termo “nacional” não pode ser utilizado com exclusividade, bem como os termos “rent a car” e “car rental”, por serem expressões corriqueiras no ramo de locação de automóveis, e por isso não são exclusivas.

No TRF-2, o desembargador Paulo Espirito Santo, afirmou que o objetivo da proteção da marca é afastar a concorrência desleal. Ele levou em consideração os efeitos negativos que essa concorrência poderia gerar tanto para o dono da marca quanto para o consumidor. A concorrência desleal pode prejudicar “tanto o proprietário da marca legítima, permitindo que outros se aproveitem do seu trabalho e investimento, assim como induz a erro o consumidor comum, que acredita estar se utilizando de um produto que não corresponde à realidade”, afirmou na decisão.

Interesse processual

As partes também discutiram sobre a existência de interesse processual no caso, já que ainda não houve uma decisão definitiva na via administrativa. Segundo a empresa cearense, há a carência da ação pela ausência de interesse processual, já que o pedido de nulidade ainda está sendo analisado pelo INPI.

Para o desembargador, não é preciso haver o esgotamento da via administrativa para que o interessado possa pleitear o seu direito. Ele manteve anulado o registro da marca.

Clique [aqui](#) para ler a ementa.

Clique [aqui](#) para ler o voto.

Clique [aqui](#) para ler o relatório.

Date Created

21/10/2014