



Comprar nome de concorrente em anúncio do Google não é desleal

Empresas podem comprar o nome de concorrentes nas ferramentas do Google para redirecionar os resultados de busca se os produtos que vendem não forem parecidos. De acordo com o Tribunal Supremo da Espanha, equivalente ao STJ brasileiro, a prática não pode ser considerada concorrência desleal.

O caso foi levado à Justiça espanhola pela companhia Orona. Ela reclamava do fato de sua concorrente Citylift ter comprado o termo "orona" nas ferramentas do Google. Com isso, a Citylift fez com que os resultados de busca com a palavra "orona" fossem dar em suas páginas, e não no site da Orona, dona do registro do nome.

Em primeiro grau o pedido de concorrência desleal foi negado, mas a segunda instância reformou a decisão por entender que o uso do termo sem repasse de parte dos valores à dona da marca representa uso indevido do prestígio junto ao mercado.

“Mesmo que o anúncio não confunda um internauta razoavelmente atento e bem informado, o fato é que o comportamento envolve tomar vantagem indevida da reputação de outros em benefício próprio”, disse a corte de segundo grau, destacando ainda que a escolha do termo para compra foi planejada pela concorrente.

"O réu tinha toda a escolha de palavras no serviço de referenciamento na Internet para divulgar seus serviços. Além disso, longe de seguir um comportamento justo do ponto de vista concorrencial, escolheu simplesmente a palavra com que o concorrente é identificado no ramo e nomeia os seus produtos e serviços”, complementou.

Mas o Tribunal Supremo reformou a decisão de segundo grau, inocentando a Citylift. Para a corte, não há o que se falar em prática desleal porque os produtos, apesar de disputarem mercado, são diferentes, assim como as marcas.

“O anúncio da Citylift a que se refere o link patrocinado em que a palavra ‘Orona’ é usada como uma palavra-chave propõe uma alternativa para os serviços do titular da marca bem conhecida, sem oferecer uma imitação de tais serviços, sem causar diluição da marca e sem prejudicar suas outras funções, o que é uma competição sã e leal no setor dos serviços elevadores manutenção constitui, portanto, ‘justa causa’ que exclui a ilicitude da conduta”, detalhou.

Clique [aqui](#) para ler a decisão, divulgada pelo *EcommerceNews*.

Date Created

08/03/2017