

## Cabe indenização por danos morais em caso de concorrência desleal

Qualquer modalidade de concorrência desleal é passível de indenização por danos morais. Assim entendeu a 2ª Câmara de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, ao condenar uma empresa do ramo alimentício a indenizar uma concorrente por ter adotado nome foneticamente semelhante em um produto. A reparação foi fixada em R\$ 100 mil.

O relator, desembargador Fabio Tabosa, afirmou que adotou esse entendimento depois de refletir muito sobre o assunto, aderindo à corrente que, atualmente, é dominante na Câmara.

Anteriormente, o relator já votou no sentido de que a simples configuração de concorrência desleal ou a mera violação ao direito de propriedade industrial não bastariam para configurar danos morais.

Porém, agora, Tabosa entende que, “havendo conduta dolosa e clara intenção de contrafação, imitação de marca, aproveitamento parasitário ou qualquer modalidade de concorrência desleal, justificável se faz o sancionamento também a título de dano moral; pesam aí quer a deliberada afetação, presente nessa conduta, a elemento imaterial, com possibilidade inclusive de reflexos não imediatamente perceptíveis tais quais o desprestígio da marca, a diluição de sua distintividade, a dispersão do público consumidor”.

Diante disso, é necessário, segundo Tabosa, a “adequada reprimenda ao autor da ofensa, inclusive de forma a evitar a consagração do chamado ilícito lucrativo”.

No caso em questão, a autora da ação é a Callebaut, empresa que produz e comercializa chocolates. Ela acionou a Justiça contra uma concorrente, que estava vendendo produtos com o nome de “Calibô”.

O TJ-SP entendeu que houve “imitação indevida da marca registrada, sob o prisma fonético, pela utilização de palavra com idêntica sonoridade, em português, ao termo francês Callebaut”.

Para o relator, a semelhança fonética entre os produtos pode confundir os consumidores de inúmeras formas, além de configurar contrafação e desvio de clientela. Ele acusou a empresa ré de agir com desfaçatez. “Ficou clara a tentativa de copiar a Callebaut”, disse.

“Beirando o escracho e sendo ofensivo à inteligência o argumento das rés de derivar sua marca do gênio inventivo de seu setores de criação, isso sem sequer se dar ao trabalho de explicar eventual mote para o “achado”, e como se fosse natural aos integrantes de qualquer departamento de marketing lograr obter de um dia para o outro, a partir do nada, e dentre todas as infinitas possibilidades de combinação de letras do alfabeto, signo marcário caracterizado justamente por semelhança de tal ordem para com marca consagrada de concorrentes”, afirmou.

Além da indenização por danos morais, a ré deverá se abster de usar a marca “Calibô” em todos os seus produtos. A decisão foi por unanimidade e o segundo juiz pediu jurisprudência.

**3001271-43.2012.8.26.0108**

**Date Created**

01/09/2019