



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ
COMARCA DE COLORADO
VARA CÍVEL DE COLORADO - PROJUDI
Travessa Rafaini Pedro, 41 - Centro - Colorado/PR - CEP:
86.690-000 - Fone: (44) 3321-2000 - E-mail:
diariojcolorado@gmail.com

Autos nº. 0001220-58.2021.8.16.0072

Processo: 0001220-58.2021.8.16.0072
Classe Processual: Ação Civil Pública
Assunto Principal: Combustíveis e derivados
Valor da Causa: R\$30.000,00
Autor(s): • Ministério Público do Estado do Paraná
Réu(s): • FEVEREIRO & ASBAHR LTDA ME

DECISÃO

1. Trata-se de "Ação Civil Pública - em defesa das relações de consumo, com obrigação de fazer e não fazer e requerimento de tutela provisória de urgência" movida pelo **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PARANÁ** em face de **FEVEREIRO & ASBAHR LTDA., representado por ADELTON ANTONIO FEVEREIRO, nome fantasia AUTO POSTO AVENIDA.**

Narra o *Parquet* que instaurou o Inquérito Civil, registrado pelo nº. 0040.21.000073-9, com intuito de investigar a existência de propaganda enganosa praticada pelo estabelecimento réu, que estaria utilizando sinais indevidos, característicos da BR Distribuidora (licenciada exclusiva da marca Petrobrás).

Argumenta que, constatada as irregularidades apontadas, tentou contatar o proprietário da empresa, a fim de regularizar a situação, através de termo de ajustamento de conduta, no entanto, sem sucesso, o que fez com que o Órgão Ministerial ingressasse com a presente demanda.

Assim, sustentando que o requerido utiliza símbolos e marca de revendedor, sem autorização, circunstância que induz o consumidor em erro, requereu, em sede de tutela antecipada de urgência, que o réu se abstenha de utilizar a marca ou qualquer outro sinal característico de distribuidora Petrobrás, para além de que passe a constar de maneira clara, nas bombas de abastecimento, o nome e CNPJ do distribuidor do combustível dos consumidores.

Vieram os autos conclusos. É a breve exposição.

2. Nos termos do art. 300 do CPC a concessão da tutela de urgência desafia a presença de probabilidade do direito, o perigo de dano/risco ao resultado útil ao processo e ausência de perigo de irreversibilidade dos efeitos decisão.

A probabilidade do direito está consubstanciada na provável procedência do direito pretendido, calcando-se na "*probabilidade lógica que surge*



da confrontação das alegações do requerente com as provas disponíveis nos autos, tornando-se provável a hipótese que encontra maior grau de confirmação e menor grau de refutação” (Marinoni, Arenhart, Mitidiero. Novo Código de Processo Civil Comentado, 2015).

O perigo de dano/risco ao resultado útil do processo *“decorre do fato de que a providência não pode esperar, sob pena de acontecer um ilícito, continuar ocorrendo, ocorrer novamente, não ser removido ou de dano não ser reparado ou reparável no futuro (ib idem.)*.

Compulsando os autos, em consonância com que o fora exposto pelo *Parquet*, depreende-se que o réu está mesmo utilizando a marca Petrobrás-BR e suas variações, para identificar seus produtos no estabelecimento comercial. Veja-se as imagens constantes que instruem a exordial, por ocasião relatório de inspeção lavrado pelo Ministério Público (mov. 1.9):



Esta conduta imputada ao requerido é denominada como *“infidelidade de bandeira”*, isto é, o ato de ostentar marca comercial de uma distribuidora (Petrobrás-BR) e, não obstante, adquirir e revender produtos de outras.

Cabe ressaltar, ademais, que de acordo com a Portaria ANP, nº. 41/2013, existe a liberdade de que os postos revendedores de combustível adquiram combustíveis de qualquer distribuidora conforme seus interesses e, por isso, possuem da denominação de “postos bandeira branca”. No entanto, esta liberdade acaba sendo restringida por fatos dos próprios postos de combustíveis que, em razão de seus interesses mercantilistas, espontaneamente, vinculam-se ou ainda se vincularam a uma marca. E, ao optar por se cadastrar na ANP, vinculando-se a uma bandeira, o próprio obriga-se a comercializar exclusivamente os produtos da marca informada no cadastro. Veja-se:



"Art. 25. O revendedor varejista de combustíveis automotivos deverá informar ao consumidor, de forma clara e ostensiva, a origem do combustível automotivo comercializado.

§ 1º Após o deferimento, pela ANP, da informação constante na Ficha Cadastral, de que trata o art. 7º, ou alteração cadastral por meio do preenchimento da Ficha Cadastral a que se refere o inciso I, do art. 11, a informação de opção ou não de exibir marca comercial de distribuidor estará disponível no endereço eletrônico da Agência ([http:// www. anp. gov. br](http://www.anp.gov.br)).

§ 2º Caso no endereço eletrônico da ANP conste que o revendedor optou por exibir marca comercial de um distribuidor de combustíveis líquidos, o revendedor varejista deverá:

I - exibir a marca comercial do distribuidor, no mínimo, na testeira e no totem do posto revendedor, de forma destacada, visível à distância, de dia e de noite, e de fácil identificação ao consumidor;

II - adquirir, armazenar e comercializar somente combustível automotivo fornecido pelo distribuidor do qual exiba a marca comercial".

Portanto, diante da presença de tal prática, atrelado ao fato da inércia do proprietário, na tentativa de resolução do conflito de forma não contenciosa e, ainda, visando a defesa dos interesses dos consumidores, por óbvio que o Poder Público não pode ser indiferente.

Com efeito, pelos documentos que até então instruem o feito, ao menos em sede de um juízo de cognição sumária, se faz presente a probabilidade do direito invocado pelo *parquet*, considerando que é possível observar, antes mesmo de adentrar no estabelecimento em questão, que o consumidor se depara com uma marca e suas cores ostensivamente agregadas às suas instalações, que indicam, de maneira indubitável, serem da distribuidora Petrobrás-BR.

Quanto ao perigo de dano, este também se faz presente, tendo em vista que tal conduta acaba por expor todos os consumidores à prática comercial ilícita, expressamente combatida pelo Código de Defesa do Consumidor, especificamente em seus artigos 30, 31 e 37, que versam sobre a propaganda enganosa:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa



sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Notória, ainda, a possibilidade de confusão, induzindo os consumidores em erro, ao acharem que estão adquirindo produtos com a chancela e mesmo padrão de qualidade dos combustíveis comercializados pela Petrobrás.

Não fosse só, mas ser querer incursionar no mérito da demanda, a mencionada prática configura, ainda, conduta tipificada como crime, à luz do mesmo diploma legal.

Por fim, sob outro enfoque, também é prudente reconhecer que, a conduta do querido, ao se utilizar da marca da distribuidora Petrobrás-BR, que vislumbra grande visibilidade, justamente pela qualidade ímpar de seus produtos comercializados, caracteriza conduta desleal, que pode, inclusive, ensejar o desvio de clientela, quanto esta constatar que o produto comercializado, em tese, por distribuidora de renome, carece da qualidade que anteriormente detinha.

Nesse sentido:

AGRAVO DE INSTRUMENTO – AÇÃO COMINATÓRIA DE ABSTENÇÃO DO USO DE MARCA C/C DANOS MORAIS E MATERIAIS – PROPRIEDADE INDUSTRIAL – UTILIZAÇÃO INDEVIDA DE MARCA – TUTELA DE URGÊNCIA ACOLHIDA NO SENTIDO DE DETERMINAR A ABSTENÇÃO DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS PELA REQUERIDA – MARCA PARECIDA COM A DA AUTORA, PASSÍVEL DE CONFUSÃO ENTRE CONSUMIDORES – INSURGÊNCIA RECURSAL – AGRAVANTE QUE DEFENDE DEPÓSITO DO PEDIDO DE REGISTRO JUNTO AO INPI EM MOMENTO ANTERIOR – PROTEÇÃO DA MARCA QUE SE BASEIA NO PRECEDENTE REGISTRO QUE, NA HIPÓTESE, AINDA NÃO FOI EFETIVADO PELO AGRAVANTE – REGISTRO AINDA SOB LITÍGIO JUDICIAL – PROTEÇÃO A REPRODUÇÃO OU IMITAÇÃO DE ELEMENTO CARACTERÍSTICO OU



DIFERENCIADOR DA MARCA – ART. 124, v E 129 DA LEI DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – SISTEMA DECLARATIVO DE PROTEÇÃO – PRIORIDADE DE REGISTRO ÀQUELE QUE EFETIVOU ANTERIORMENTE O USO – JURISPRUDÊNCIA – HIPÓTESE NÃO COMPROVADA NOS AUTOS – SIMILARIDADE ENTRE AS MARCAS EVIDENTE – GRAFIA E SIMBOLOGIA PRÓXIMAS – MANUTENÇÃO DA DECISÃO AGRAVADA – PROBABILIDADE DE PROCEDÊNCIA E PERÍODO DE DANO EVIDENTES – RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO.1. No caso, analisa-se a presença dos pressupostos autorizadores para concessão da tutela provisória de urgência, nos termos do art. 300, do Código de Processo Civil.2. A proteção da marca se trata de um direito constitucionalmente assegurado no art. 5º, inc. XXXIX da CF/88, bem como regulamentada pela Lei nº 9.279/96, que conceitua marca de produto ou serviço, em seu art. 123, inc. I, como “aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa”. Seu detentor possui a prerrogativa de utilizá-la, com exclusividade e no âmbito da sua especialidade, em todo o território nacional pelo prazo de duração do registro junto ao INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.3. Conquanto argumente o recorrente que tenha realizado pedido de registro em momento anterior ao agravado, a proteção à propriedade industrial se baseia no prévio registro da marca, que ainda não ocorreu em favor do agravante, corroborando-se a probabilidade de procedência do pedido inicial.4. Ademais, conquanto o sistema declarativo de proteção de marcas e patentes priorize aquele que primeiro fez uso da marca, não há nos autos elementos minimamente contundentes que reforcem a utilização precedente da marca pelo agravante.RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. (TJPR - 17ª C.Cível - 0027892-62.2020.8.16.0000 - Cianorte - Rel.: Desembargadora Rosana Amara Girardi Fachin - J. 08.03.2021)(negritei)

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DANOS MORAIS COLETIVOS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES DE CUIABÁ. INFIDELIDADE DE BANDEIRA. FRAUDE EM OFERTA OU PUBLICIDADE ENGANOSA PRATICADAS POR REVENDEDOR DE COMBUSTÍVEL.(...) 2. No caso concreto, o Ministério Público do Estado de Mato Grosso ajuizou ação civil pública em face de revendedor de combustível automotivo, que, em 21.01.2004, fora autuado pela Agência Nacional de Petróleo, pela prática de conduta denominada “infidelidade de bandeira”, ou seja, o ato de ostentar marca comercial de uma distribuidora (Petrobrás-BR) e, não obstante, adquirir e revender produtos de outras (artigo 11 da Portaria ANP 116/2000), o que se revelou incontroverso na origem. (...) 5. Assim, no afã de resguardar os direitos básicos de informação adequada e de livre escolha dos consumidores, protegendo-os de forma efetiva contra métodos desleais e práticas comerciais abusivas, é que o Código de Defesa do Consumidor procedeu à criminalização das condutas relacionadas à fraude em oferta e à publicidade abusiva ou enganosa(artigos 66 e 67).6. Os objetos jurídicos tutelados em ambos os crimes (de publicidade enganosa ou abusiva e de fraude em oferta) são os direitos do consumidor, de livre escolha e de informação adequada, considerada a relevância social da garantia do respeito aos princípios da



confiança, de boa-fé, da transparência e da equidade nas relações consumeristas (...) A quantificação do dano moral coletivo reclama o exame das peculiaridades de cada caso concreto, observando-se a relevância do interesse transindividual lesado, a gravidade e a repercussão da lesão, a situação econômica do ofensor, o proveito obtido com a conduta ilícita, o grau da culpa ou dolo (se presentes), a verificação da reincidência e o grau de reprovabilidade social (MEDEIROS NETO, Xisto Tiago de. *Dano moral coletivo*. 2.ed. São Paulo: LTR, 2007, p. 163-165) (...). Recurso especial parcialmente provido para, reconhecendo o cabimento do dano moral coletivo, arbitrar a indenização em R\$20.000,00 (vinte mil reais), com a incidência de juros de mora, pela Taxa Selic, desde o evento danoso. (STJ. REsp 1.487.046/MT. Relator: Ministro Luís Felipe Salomão. Quarta Turma. Data de Julgamento: 28/03/2017. Data de Publicação: 16/05/2017)(negritei)

3. Por todo exposto, uma vez que presentes os requisitos autorizadores, o **DEFERIMENTO** da tutela é medida de rigor, para o fim de que:

(a) o réu remova de seu estabelecimento qualquer referência que esteja atrelada à imagem da Distribuidora Petrobras;

(b) se abstenha de comercializar, divulgar, ou até mesmo distribuir os produtos da Petrobras-PR;

(c) em observância ao dever de informação assegurado ao consumidor, que estampe nas bombas de combustível o nome, bem como o CNPJ do verdadeiro distribuidor de combustíveis, de maneira clara e de fácil compreensão;

(d) Fixo o prazo de 30 (trinta) dias para o cumprimento das mencionadas obrigações, sob pena de fixação de multa diária e das bombas de abastecimento serem lacradas.

4. Expeça-se mandado a fim de que a parte tenha ciência e dê imediato cumprimento à liminar ora concedida, e para que seja citada, nos termos da ação para oferecimento de resposta no prazo de 15 dias, sob pena de revelia.

Cite-se. Intimem-se. Diligências necessárias.

Colorado, datado eletronicamente.

Gustavo Adolpho Periotto

Juiz de Direito

