



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

SENTENÇA

Processo nº: **1046865-55.2023.8.26.0100**
Classe - Assunto: **Procedimento Comum Cível - Concorrência desleal**
Requerente: **Verisure Monitoramento de Alarmes S/A e outro**
Requerido: **Ebazar.com.br LTDA - ME**

Juiz(a) de Direito: Dr(a). **LARISSA GASPAS TUNALA**

Vistos.

Trata-se de ação declaratória de abstenção de uso de marca cumulada com indenização ajuizada por **VERISURE SARL E VERISURE MONITORAMENTO DE ALARMES S/A** contra **EBAZAR.COM.BR LTDA - ME**, por meio da qual alega, em síntese, que é titular da marca registrada "Verisure" e que, no entanto, a requerida tem utilizado indevidamente a referida marca. Sustenta que a ré tem promovido anúncios para que o buscador do Google indique um link para o site do Mercado Livre, quando algum consumidor busque pela palavra "Verisure". Então, afirma que por meio de tal link indicado, vendem-se alarmes diversos, incluindo de marcas concorrentes. Em razão dos fatos, pretende, liminarmente, a imediata interrupção dos anúncios patrocinados que se utilizem, de qualquer forma, da marca "Verisure" como mecanismo para conduzir consumidores ao site "www.mercadolivre.com.br." ou qualquer outro ao Mercado Livre relacionao e a determinação de que a requerida se abstenha de realizara ou viabilizar novos anúncios patrocinados que se utilizem, de qualquer forma, da marca "Verisure", sob pena de multa diária de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) ao passo que, ao final, além da confirmação da liminar, requer a condenação do réu ao pagamento de indenização por danos morais fixados em valor não inferior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), e danos patrimoniais, a serem apurados em liquidação de sentença.

A tutela liminar foi deferida.

Devidamente citada, a parte requerida apresentou defesa. Preliminarmente, alegou tempestividade da contestação. No mérito, aduz que o site do Mercado Livre aparece como anúncio patrocinado "Verisure" apenas quando é pesquisado o termo "Verisure", sendo que nos outros resultados de pesquisa destacados pela autora, o Mercado Livre aparece como resultado de pesquisa de forma orgânica, pois não há a indicação de "patrocinado" no resultado. Sustenta, ainda, que é uma plataforma de e-commerce, por meio da qual terceiros podem anunciar produtos



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

à venda, de modo que é natural que ao se pesquisar por determinado produto, apareça algum anúncio dele publicado na plataforma e que não existe prova indicando que houve a utilização da palavra "Verisure" nas ferramentas de anúncio do Mercado Livre. Por fim, afirma que não houve concorrência desleal, pois não houve desvio de clientela, a conduta praticada pelo Réu não foi realizada por meio fraudulento e o requerido não atua no mesmo ramo de atividade da parte contrária. Pugna, ao final, pela improcedência dos pedidos e, subsidiariamente, pela observância dos princípios de razoabilidade e proporcionalidade no arbitramento de danos morais, para que não ultrapassem o valor de R\$ 1.000,00 (mil reais).

Réplica apresentada.

Tréplica apresentada.

Em fase de especificação de provas, a parte autora pugnou pela produção de prova pericial técnica, ao passo que a parte requerida se reservou no direito de produzir mais provas no intuito de exercer o direito ao contraditório e ampla defesa e realizar contraprova àquelas eventualmente solicitadas pelas autoras.

É o relatório. DECIDO.

Inicialmente, cumpre observar que a matéria controvertida entre as partes é exclusivamente de direito, o que, nos termos do art. 355, inc. I do CPC, autoriza o julgamento antecipado do mérito. Ademais, é cediço que compete ao Magistrado analisar a pertinência da dilação probatória (art. 370, parágrafo único do CPC), indeferindo-se as diligências inúteis ou meramente protelatórias. Está configurada a hipótese de julgamento antecipado da lide (art. 355, I, do CPC), posto que a matéria de fato está suficientemente provada pelos documentos acostados aos autos, não havendo relevância na prova oral à luz da natureza da controvérsia.

A autora demonstrou ser a titular da marca mista "Verisure".

De acordo com a Lei n. 9.279/96, sendo a marca o sinal distintivo visualmente perceptível que identifica o produto ou serviço (art. 122), cabe ao seu titular o uso exclusivo (art.129) ou o licenciamento (art. 130, II), bem como, em qualquer das hipóteses, zelar pela sua integridade material e reputação – art. 130, III.

Em relação à concorrência desleal, cumpre apontar que o art. 195 da Lei 9.279/96 tipifica as condutas que caracterizam o crime de concorrência desleal, sendo que, na esfera cível, o art. 206 da mesma lei estabelece que *"Fica ressalvado ao prejudicado o direito de haver perdas e danos em ressarcimento de prejuízos causados por atos de violação de direitos de propriedade industrial e atos de concorrência desleal não previstos nesta Lei, tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço, ou entre os produtos e serviços postos no comércio"*.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

Entretanto, também é importante esclarecer que a concorrência por si só não pode ser considerada desleal.

Nesse sentido, vale destacar a lição de Fabio Ulhôa Coelho, segundo a qual *“De fato, a concorrência desleal se diferencia da leal no tocante ao meio empregado pelo empresário para conquistar a clientela do outro. São os meios empregados e não a intenção do ato ou seus efeitos que conferem ilicitude a determinada prática concorrencial. (...) Na segunda modalidade de concorrência desleal (isto é, a realizada por indução do consumidor em erro), o agente ativo da conduta ilícita faz chegar ao conhecimento dos consumidores uma informação falsa no conteúdo ou na forma, capaz de os enganar. O engano pode dizer respeito, por exemplo, à origem do produto ou serviço. O consumidor é levado a crer que certa mercadoria é produzida por determinada e conceituada empresa, quando isso não corresponde à verdade. Não está apenas em questão, aqui, a tutela dos consumidores, mas também a do empresário que teve a sua imagem indevidamente utilizada para o lucro de concorrente”* (in Curso de Direito Comercial, v.1, 19ª ed., pp. 262/265, São Paulo, Saraiva, 2015 - grifado).

Nesse contexto, o doutrinador ensina que, *“[n]a segunda modalidade de concorrência desleal (isto é, a realizada por indução do consumidor em erro), o agente ativo da conduta ilícita faz chegar ao conhecimento dos consumidores uma informação, falsa no conteúdo ou na forma, capaz de os enganar”, observando-se que “[m]uitas vezes, quem promove a divulgação do falso não é o empresário concorrente, que procura se preservar, mas pessoas que, embora sem vínculo formal de subordinação, agem por ordem dele. Nesse caso, maior é a dificuldade de prova, mas, uma vez estabelecida a ligação entre quem propagou a falsa informação e o mandante, caracteriza-se a concorrência desleal”* (op. cit., fls. 264/265).

Portanto, em que pese seja permitido ao empresário conquistar clientela e fazer prevalecer os seus negócios, não é permitido que utilize de meios considerados desleais.

A utilização de marca em site de buscas de forma patrocinada é considerada prática de concorrência desleal, já que pode influenciar os consumidores para adquirirem os produtos que não aqueles da marca autora, em utilização parasitária ilícita.

Como já decidiu o Egrégio Tribunal de Justiça:

Apelação. Propriedade industrial. Marca. Ação inibitória. Improcedência da ação e da reconvenção. Inconformismo das autoras e da reconvinte. Acolhimento de ambos os recursos. Marca "SUMUP", "SUM UP" e "SUMUP TOP"; e marca "REDE" de titularidade das autoras e da reconvinte, respectivamente, com ambas atuantes no ramo de serviços de processamento



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

de transações com cartão de crédito e de cartão de débito. A utilização de elemento nominativo de marca concorrente como palavra-chave na plataforma de anúncios do Google (Google Ads) caracteriza utilização parasitária do poder atrativo da marca alheia. Ato de concorrência desleal (art. 195, III e IV, da Lei n. 9.279/1996). Acervo probatório que demonstra o uso de elemento nominativo da marca das autoras e da reconvinte como palavra-chave, na plataforma "GOOGLE ADS", que caracteriza prática de concorrência desleal, confusão do consumidor e diluição da marca. Enunciados XVII e XXIII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial. Precedentes do C. STJ (REsp nº 2.012.895-SP e REsp 1.937.989/SP). Decisão reformada. Recursos das autoras provido. Recurso da reconvinte parcialmente provido. (TJSP; Apelação Cível 1082003-25.2019.8.26.0100; Relator (a): Grava Brazil; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 25/06/2024; Data de Registro: 27/06/2024)

Aliás, observo que, em relação aos links patrocinados, há inclusive o Enunciado XVII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial, segundo o qual:

“Caracteriza ato de concorrência desleal a utilização de elemento nominativo de marca registrada alheia, dotada de suficiente distintividade e no mesmo ramo de atividade, com o vocábulo de busca à divulgação de anúncios contratados junto a provedores de pesquisa na internet”.

Esse entendimento, inclusive, foi observado pelo C. Superior Tribunal de Justiça em diversos julgados recentes, dentre os quais podem ser destacados:

“RECURSO ESPECIAL. ORDEM ECONÔMICA. LIVRE CONCORRÊNCIA. DESVIO DE CLIENTELA E CONCORRÊNCIA DESLEAL. REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA. INTERNET. COMÉRCIO ELETRÔNICO. PROVEDORES DE BUSCA. LINKS PATROCINADOS. PALAVRA-CHAVE. IMPOSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO DE MARCA REGISTRADA. CONFUSÃO DO CONSUMIDOR. DILUIÇÃO DA MARCA. PERDA DE



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

VISIBILIDADE. INFRAÇÃO À LEGISLAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. 1. A livre concorrência é direito constitucional e sua defesa é princípio geral da ordem econômica (art. 170, IV), materializada na repressão à dominação dos mercados e de quaisquer movimentos tendentes à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros (art. 173, § 4º, da CF). 2. A política de concorrência é determinante para continuidade dos empreendimentos de ordem econômica e estrutural de um mercado eficaz. Todavia, a utilização de esforços antiéticos para o desvio de clientela e o empobrecimento do concorrente, torna desleal a concorrência, o que deve ser combatido pelo ordenamento jurídico. 3. O ato de concorrência leal e o de concorrência desleal têm em comum a sua finalidade: ambos objetivam a clientela alheia. A deslealdade, no entanto, está na forma de atingir essa finalidade. Não é desleal o ato praticado com o objetivo de se apropriar de uma clientela, mas, sim, a prática de atos que superem a barreira do aceitável, lançando mão de meios desonestos. 4. A internet, fruto da revolução tecnológica, maximizou a visibilidade da oferta e circulação de produtos e serviços, propiciando aos seus players o alcance de mercados, até então, de difícil ou impossível ingresso, colaborando para o advento de novos modelos de negócio e a expansão da livre concorrência. 5. Os provedores de busca são sites que rastreiam, indexam e armazenam informações, que são disponibilizadas online, organizando-as e classificando-as para que, uma vez consultadas, possam ser fornecidas como sugestões (ou resultados) que atendam aos critérios de busca informados pelos próprios usuários. 6. É lícito o serviço de publicidade pago, oferecido por provedores de busca, que, por meio da alteração do referenciamento de um domínio, com base na utilização de certas palavras-chave, coloca em destaque e precedência o conteúdo pretendido pelo anunciante "pagador" (links patrocinados). 7. Todavia, infringe a legislação de propriedade industrial aquele que ele como palavra-chave, em links patrocinados, marcas registradas por um concorrente, configurando-se o desvio de clientela, que caracteriza ato de concorrência desleal, reprimida pelo art. 195, III e V, da Lei da Propriedade Industrial e pelo art. 10 bis, da Convenção da União de Paris para Proteção da Propriedade Industrial. 8. Utilizar a marca de um concorrente como palavra-chave para direcionar o consumidor do produto ou serviço para o



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

link do concorrente usurpador é capaz de causar confusão quanto aos produtos oferecidos ou a atividade exercida pelos concorrentes. Ainda, a prática desleal conduz a processo de diluição da marca no mercado e prejuízo à função publicitária, pela redução da visibilidade. 9. O estímulo à livre iniciativa, dentro ou fora da rede mundial de computadores, deve conhecer limites, sendo inconcebível reconhecer lícita conduta que cause confusão ou associação proposital à marca de terceiro atuante no mesmo nicho de mercado. 10. A repressão à concorrência desleal não visa tutelar o monopólio sobre oaviamento ou a clientela, mas sim garantir a concorrência salutar, leal e os resultados econômicos. A lealdade é, assim, limite primeiro e inafastável para o exercício saudável da concorrência e deve inspirar a adoção de práticas mercadológicas razoáveis. 11. Recurso especial não provido.” (REsp 1.937.989).

RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER. NOME EMPRESARIAL. USO INDEVIDO. PALAVRA-CHAVE. FERRAMENTA DE BUSCA. CLIENTELA. DESVIO. CONCORRÊNCIA DESLEAL. CARACTERIZAÇÃO. TUTELA INIBITÓRIA. NECESSIDADE. MARCO CIVIL DA INTERNET. NÃO INCIDÊNCIA. SÚMULA Nº 284/STF. 1. A controvérsia posta está em verificar se: (i) a utilização da ferramenta Google AdWords a partir da inserção como palavra-chave de nome empresarial implica uso indevido e prática de concorrência desleal; (ii) na hipótese, incide o artigo 19 do Marco Civil da Internet e, em caso afirmativo, se estão presentes os requisitos de responsabilização ali previstos e (iii) estão presentes os requisitos para condenação no pagamento de lucros cessantes. 2. A proteção emprestada aos nomes empresariais, assim como às marcas, tem como objetivo proteger o consumidor, evitando que incorra em erro quanto à origem do produto ou serviço ofertado, e preservar o investimento do titular, coibindo a usurpação, o proveito econômico parasitário e o desvio de clientela. Precedentes. 3. A distinção entre concorrência leal e desleal está na forma como a conquista de clientes é feita. Se a concorrência se dá a partir de atos de eficiência próprios ou de ineficiência alheias, esse ato tende a ser leal. Por outro lado, se a concorrência é estabelecida a partir de atos injustos, em muito se



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

aproximando da lógica do abuso de direito, fala se em concorrência desleal.

4. O consumidor, ao utilizar como palavra-chave um nome empresarial ou marca, indica que tem preferência por ela ou, ao menos, tem essa referência na memória, o que decorre dos investimentos feitos pelo titular na qualidade do produto e/ou serviço e na divulgação e fixação do nome.

5. A contratação de links patrocinados, em regra, caracteriza concorrência desleal quando: (i) a ferramenta Google Ads é utilizada para a compra de palavra-chave correspondente à marca registrada ou a nome empresarial; (ii) o titular da marca ou do nome e o adquirente da palavra-chave atuam no mesmo ramo de negócio (concorrentes), oferecendo serviços e produtos tidos por semelhantes, e (iii) o uso da palavra-chave é suscetível de violar as funções identificadora e de investimento da marca e do nome empresarial adquiridos como palavra-chave.

6. Na hipótese, não incide o artigo 19 da Lei nº 12.965/2014, pois não se trata da responsabilização do provedor de aplicações por conteúdo de terceiros, mas do desfazimento de hyperlink decorrente da contratação da ferramenta Google Ads., o que atrai a censura da Súmula nº 284/STF.

7. No caso de concorrência desleal, tendo em vista o desvio de clientela, os danos materiais se presumem, podendo ser apurados em liquidação de sentença. Precedentes.

8. Recurso especial parcialmente conhecido e, nessa parte, não provido.” (REsp 2.032.932).

Da leitura das ementas, extrai-se que o entendimento do C. Superior Tribunal de Justiça é no sentido de ser necessário verificar em cada caso concreto se: (i) a ferramenta Google Ads é utilizada para a compra de palavra-chave correspondente à marca registrada ou a nome empresarial; (ii) o titular da marca ou do nome e o adquirente da palavra-chave atuam no mesmo ramo de negócio (concorrentes), oferecendo serviços e produtos tidos por semelhantes, e (iii) o uso da palavra-chave é suscetível de violar as funções identificadora e de investimento da marca e do nome empresarial adquiridos como palavra-chave.

No caso em tela, se configuram **duas situações distintas** nas pesquisas realizadas e registradas em ata notarial: a situação em que o link com o site da requerida, ao se pesquisar a marca "Verisure" da autora, aparece de forma orgânica no buscador (fls. 89, 91, 93, 95) e a situação em que o link com o site da requerida aparece em forma de anúncio patrocinado (fls. 89, 90, 103, 244 e 246).

Em relação à primeira circunstância fática, há de se destacar que a plataforma Mercado



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

livre é um famoso marketplace em que é disponibilizada à venda uma gama diversa de produtos, razão pela qual a busca do signo "Verisure" junto à página de pesquisa Google retornaria à página da autora mesmo quando não se utilizou de anúncio patrocinado, uma vez que se tem a venda de produtos da marca autora. Nesse contexto, no caso de resultados orgânicos, não há configuração de concorrência desleal, pois não houve a compra de palavra-chave correspondente à marca registrada, não se tendo escopo de contratação de serviço para publicidade comparativa: há destaque no campo de pesquisa apenas e simplesmente porque fornecedores da plataforma Mercado Livre comercializam produtos da parte autora.

Já em relação à segunda situação, constata-se que a palavra-chave correspondente à marca das autoras foi comprada na plataforma "Adwords", como consta nos documentos de fl. 103, e estava sendo utilizada a promover a requerida, de modo a induzir a confusão entre consumidores, pois restou comprovado que ao se abrir o link patrocinado com a marca "Verisure", a maioria dos produtos indicados no site da requerida são de marcas que não a das autoras (fls. 5 e 250/251). Dessa forma, está caracterizada a violação ao direito de uso exclusivo da marca das autoras, devido ao uso de marca alheia de forma parasitária.

Frise-se: neste contexto específico, o segundo cenário analisado, problema algum haveria caso o Mercado Livre comprasse a palavra-chave para enaltecer os produtos da marca autora por ele comercializados, direcionando a busca a site em que vendidos os produtos da requerente. O problema está em que, ao fazer isso, não há direcionamento exclusivo aos produtos da autora, e sim a outros, gerando a concorrência desleal, pois associado o nome da autora a produtos a ela não pertencentes.

E uma vez reconhecida a violação dos direitos de propriedade industrial, são procedentes os pedidos da autora para que a ré seja condenada ao cumprimento de obrigações de fazer e não fazer consistentes em se abster de reproduzir, utilizar e explorar a expressão "Verisure" ou qualquer outro termo colidente, a qualquer título, cessando a violação à referida marca, o desvio de clientela, além do aproveitamento parasitário da requerida, bem como divulgação de link patrocinado com a referida marca que não seja de titularidade da requerida.

Ainda, além das obrigações de fazer e não fazer, constatada a violação, os danos materiais e morais são decorrência *in re ipsa*.

O E. Tribunal de Justiça decidiu que:

DIREITO MARCÁRIO – MARCA "RIDOLFINVEST" DE TITULARIDADE DA AUTORA APELANTE, REGISTRADA NO INPI – GOOGLE ADS – AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

DANOS MATERIAIS E MORAIS – PROPRIEDADE INDUSTRIAL – CONCORRÊNCIA DESLEAL – Autora apelante que pede a abstenção do uso parasitário da sua marca registrada "RIDOLFINVEST" na ferramenta de busca GOOGLE ADWORDS e indenização por danos materiais e morais – Sentença de improcedência – Inconformismo da autora – Acolhimento – A utilização de elemento nominativo de marca registrada alheia, dotada de suficiente distintividade e no mesmo ramo de atividade, como vocábulo de busca à divulgação de anúncios contratados junto a provedores de pesquisa na internet caracteriza ato de concorrência desleal – Acervo probatório que demonstra a utilização de elemento nominativo da marca da autora como palavra-chave e elemento de busca na plataforma "GOOGLE ADS" que caracteriza prática de concorrência desleal - Enunciados XVII e XIII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial - DANO MORAL – No caso, o dano moral é presumido, diante da possibilidade de gerar confusão no mercado consumidor e desvio de clientela – Indenização ora fixada em R\$ 25.000,00 - DANO MATERIAL - Verificada a concorrência desleal, há o dever de reparação, que deverá ser objeto de apuração em fase de liquidação (art. 208 a 210 da Lei 9.279/1996) - RECURSO PROVIDO. (TJSP; Apelação Cível 1117380-23.2020.8.26.0100; Relator (a): Sérgio Shimura; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 2ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 30/04/2024; Data de Registro: 03/05/2024).

Cumprindo observar que os danos morais são presumidos e, no caso, considerando que apenas um dos resultados de busca contava com a utilização da marca da requerida como anúncio patrocinado, sendo os outros resultados orgânicos, e, ainda tendo em vista as peculiaridades do caso, em particular tendo em vista a capacidade econômica das partes, o valor de R\$ 20.000,00 se faz adequado para ressarcir-la sem configurar enriquecimento ilícito.

Pelo exposto, com fulcro no art. 487, inciso I do Código de Processo Civil, **JULGO PARCIALMENTE PROCEDENTE** a demanda para CONDENAR a requerida ao cumprimento definitivo da obrigação de não fazer consistente em se abster de reproduzir, utilizar e explorar a expressão "Verisure" ou qualquer outro termo colidente, a qualquer título, cessando a violação à referida marca, o desvio de clientela, além do aproveitamento parasitário da requerida em campanhas de links patrocinados no site de buscas da Google para o anúncio de produtos que não



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM
PRACA DOUTOR JOAO MENDES, S/N, São Paulo - SP - CEP 01501-000

o da marca requerida, bem como retirar ou negativar referida palavra-chave em anúncios, publicidade ou propaganda contratados em serviços de busca na internet associados a venda de produtos de marcas concorrentes; CONDENAR a requerida, ao pagamento de indenização por danos materiais em valor a ser apurado na liquidação de sentença, nos termos do art. 210 da Lei n.9.279/96 e; CONDENAR a requerida, ao pagamento de indenização por danos morais, fixadas em R\$20.000,00, sendo os valores acrescidos de correção monetária pelos índices da Tabela Prática do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, contados da data desta decisão, além de juros de mora de 1% ao mês, a partir da citação (14.11.2023).

Em razão da sucumbência mínima da autora, condeno a parte ré ao pagamento das despesas processuais, nos termos do artigo 82, §2º, do Código de Processo Civil, e de honorários advocatícios aos patronos da parte autora, ora fixados em 20% sobre o valor da condenação, nos termos do artigo 85 do Código de Processo Civil.

Publique-se, intime-se e cumpra-se.

Oportunamente, arquivem-se.

São Paulo, 31 de julho de 2024.

LARISSA GASPAR TUNALA
Juíza de Direito