

Nome ‘champagne’ pode ser usado em marca de roupas, afirma STJ

26/03/2026

A proteção da [indicação geográfica](#) da bebida está restrita ao seu ramo de atividade e não há risco de confusão entre empresas que atuam em negócios distintos. Com esse entendimento, a 4ª Turma do [Superior Tribunal de Justiça](#) rejeitou o recurso especial do [Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne \(CIVC\)](#) que buscava proibir uma empresa brasileira do ramo de vestuário de utilizar a denominação “champagne” em sua marca.

Champagne é uma bebida produzida exclusivamente na região homônima da França, com um processo específico e com o nome protegido por uma indicação geográfica, um tipo de certificação e reconhecimento de propriedade intelectual fornecida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Essa indicação identifica um produto que tem certas qualidades graças à sua origem geográfica ou por ser originado em um local reconhecido pela sua fabricação.

De acordo com o CIVC, a utilização do nome configuraria aproveitamento parasitário e diluição da denominação de origem, causando prejuízo à coletividade titular da identidade. A entidade requereu que a empresa fosse proibida de usar a expressão, sob pena de multa diária, e que lhe pagasse uma indenização por danos morais.

Os pedidos foram rejeitados em primeira e segunda instância. Entre outros fundamentos, o [Tribunal Regional Federal da 2ª Região](#) considerou que as empresas atuam em ramos distintos, o que afasta a possibilidade de confusão por parte do consumidor.

Ao STJ, o CIVC argumentou que a proteção de indicações geográficas é absoluta, não se sujeitando ao princípio da especialidade. Defendeu, ainda, que o [artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial](#) veda o registro de indicações geográficas como marca, bem como as imitações que possam causar confusão, independentemente da classe de produtos ou serviços.

Sem inventar moda

Relatora do recurso, a ministra Isabel Gallotti explicou que as indicações geográficas — como as denominações de origem — identificam produtos cujas características e reputação estão associadas a determinada região. No caso da palavra “champagne”, apontou, a proteção diz respeito especificamente aos espumantes produzidos na região francesa que lhe dá nome, sem





nenhuma relação com o mercado de roupas.

“No caso, a indicação geográfica ‘champanhe’ está vinculada a espumantes e não ao mercado de vestuário. A excelência na produção de espumantes não guarda relação alguma com o prestígio no mercado da moda”, afirmou Gallotti.

A ministra também destacou que a jurisprudência do STJ admite a convivência de marcas semelhantes quando utilizadas em ramos mercadológicos distintos, desde que não haja risco de confusão para o consumidor. Além disso, ressaltou que a titularidade das indicações geográficas tem natureza coletiva, o que afasta a ideia de exclusividade absoluta. *Com informações da assessoria de imprensa do STJ.*

Clique [aqui](#) para ler o acórdão

REsp 2.246.423

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2026-mar-26/nome-champagne-pode-ser-usado-em-marca-de-roupas-afirma-stj/>