



MINISTÉRIO DA ECONOMIA
Conselho Administrativo de Recursos Fiscais



Processo nº 10855.720745/2019-18
Recurso De Ofício
Acórdão nº 3402-011.380 – 3ª Seção de Julgamento / 4ª Câmara / 2ª Turma Ordinária
Sessão de 27 de fevereiro de 2024
Recorrente FAZENDA NACIONAL
Interessado HNK BR INDÚSTRIA DE BEBIDAS LTDA

ASSUNTO: IMPOSTO SOBRE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS (IPI)

Período de apuração: 01/02/2014 a 30/04/2015

BEBIDAS. REGIME ESPECIAL DE APURAÇÃO. ANEXO III DECRETO Nº 6.707/2008. MARCA NÃO EXPRESSAMENTE RELACIONADA. INCIDÊNCIA COM BASE EM CLASSE RESIDUAL.

Demonstrada a existência de marcas distintas de produtos (não se tratando, portanto, da hipótese de que uma seja mera variação ou tipo distinto da outra) devem ser observadas as classes de enquadramento estabelecidas pelo Anexo III do Decreto nº 6.707/2008. Neste caso, ausente uma das marcas do referido Anexo, não procede que se aplique, para esta, o imposto previsto para a marca expressamente mencionada.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos.

Acordam os membros do colegiado, por unanimidade de votos, em negar provimento ao Recurso de Ofício.

(documento assinado digitalmente)

Pedro Sousa Bispo - Presidente

(documento assinado digitalmente)

Lázaro Antônio Souza Soares – Relator

Participaram do presente julgamento os Conselheiros: Lázaro Antônio Souza Soares, Marina Righi Rodrigues Lara, Jorge Luís Cabral, Anna Dolores Barros de Oliveira Sá Malta, Cynthia Elena de Campos e Pedro Sousa Bispo (Presidente).

Fl. 2 do Acórdão n.º 3402-011.380 - 3ª Seju/4ª Câmara/2ª Turma Ordinária
Processo n.º 10855.720745/2019-18

Relatório

Por bem descrever os fatos, adoto parcialmente o Relatório da DRJ – Porto Alegre (DRJ-POA):

Trata-se de Auto de Infração por falta de recolhimento do IPI em função de erro de enquadramento de produto em classes de valores do IPI, nos termos do art. 58-J e seguintes da Lei n.º 10.833, de 2003. A exigência foi formalizada segundo consta nas fls. 3800/3812, perfazendo R\$ 102.982.749,16 na data da autuação, e se refere ao IPI, no valor de R\$ 46.827.762,85, acrescido de juros de mora e multa de ofício de 75%.

Alegou a Fiscalização:

No regime especial de tributação de que tratam a Lei n.º 10.833, de 2003, e o Decreto n. 6.707/08, os valores da Contribuição para o PIS/PASEP, da COFINS e do IPI, incidentes sobre produtos dos Capítulos 21 e 22 da Tabela de Incidência do IPI (TIPI), deviam ser apurados mediante a aplicação de alíquotas por unidade de medida (R\$ por litro), consoante o art. 27, § 1º, do Decreto n. 6.707/08:

Os valores por litro dos tributos relacionados nas tabelas do Anexo III do Decreto n.º 6.707/08, devidos pela pessoa jurídica optante pelo regime especial de tributação, variavam conforme o tipo de bebida, sua embalagem (lata, vidro retornável ou vidro descartável e outras embalagens não especificadas) e o grupo ao qual a marca comercial de bebida vendida pertencia, além de terem variado ao longo do tempo.

O contribuinte enquadrou suas cervejas da marca comercial “SCHIN” nos grupos “Demais Nacionais Especiais” ou “Demais Pilsen”, que são os grupos residuais que têm as menores alíquotas por unidade de medida (R\$ por litro) das tabelas do anexo III do Decreto n. 6.707/08, como se fosse uma marca nacional nova, completamente desvinculada de qualquer outra marca comercial anterior.

A Fiscalização sustenta que a marca comercial “Schin”, lançada em 2014, apesar de formalmente ser uma marca nova, teria sucedido a marca “NOVA SCHIN”, lançada em 2003. Esta última consta, nas tabelas do anexo III do Decreto n. 6.707/08, em grupos com alíquotas mais elevadas do que aquelas previstas para os grupos residuais de “Demais Nacionais Especiais” ou “Demais Pilsen” em que o contribuinte enquadrou as cervejas da marca “Schin”.

Para sustentar seu raciocínio, invoca o disposto no inciso I do art. 123 c/c art. 122, da Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996 (Lei de propriedade industrial):

(...)

E aduz:

Se, conforme o inciso I do art. 123 da Lei n.º 9.279/1996, transcrito acima, o objetivo da marca é identificar a origem do produto ou serviço, a marca “SCHIN” cumpre perfeitamente com essa finalidade, na medida em que conecta todos os produtos e serviços das linhas “SCHIN”, “NOVA SCHIN” e “SCHINCARIOL” do contribuinte, tanto que, conforme se observa na tabela abaixo, pesquisa feita pelo radical “SCHIN”, no site do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial (<http://www.inpi.gov.br/home>), traz (como seria de se esperar, obviamente) todos os produtos e serviços registrados pelo contribuinte com a marca “SCHIN”, “NOVA SCHIN” e “SCHINCARIOL”, detalhando a conexão evidente que existe entre essas marcas.

(...)

- (...) o liame evidente que existe entre as cervejas das marcas “NOVA SCHIN” e “SCHIN”. Por exemplo, o contribuinte também é titular das marcas “DEVASSA” e “GLACIAL”. Apesar da mesma titularidade, não se cogita questionar que “DEVASSA”, “GLACIAL” e “SCHIN” não são marcas distintas, simplesmente porque não há nenhuma conexão nominal entre as marcas. Levando o raciocínio ao extremo apenas para efeito de argumentação, as marcas “SCHIN”, “GLACIAL” e “DEVASSA” poderiam até ser as mesmas cervejas, produzidas na mesma fábrica e com a mesma fórmula, apenas vendidas com rótulos diferentes por encomedantes diferentes, que, apesar de ser o mesmo produto, não se questionaria a distinção das marcas, do mesmo modo que não se contesta a distinção entre a “SCHIN” e outras marcas produzidas por outras cervejarias, por exemplo, “SKOL” ou “ITAIPAVA”

(...)

A ciência do auto de infração se deu em 28/02/2019, conforme fl. 3821. Inconformada com a exigência, a autuada, por meio de seus procuradores, **apresenta suas razões às fls. 3826/3872, em 28/03/2019**:

(...)

5. Em breve síntese, o REFRI estabelecia valores fixos de IPI, PIS e COFINS a serem recolhidos decorrência da comercialização de cervejas, definidos em Real por Litro, e que variavam conforme a marca da bebida.

6. Vale ressaltar que, conforme previsto no próprio Decreto nº 6.707/08, os valores dos tributos a serem recolhidos eram fixados de acordo com o “preço de referência” de cada marca de cerveja que, por sua vez, era apurado a partir do preço médio de venda de cada produto:

(...)

14. Em 28.2.2019, a Requerente tomou ciência de Auto de Infração lavrado pelas D. Autoridades Fiscais Federais exigindo débitos de IPI em função do suposto recolhimento a menor do imposto federal sobre a comercialização das cervejas de marcas “Schin” e “Schin Verão” no período de fevereiro de 2014 a abril de 2015.

(...)

16. No entanto, as DD. Autoridades Fiscais -- sem qualquer embasamento técnico que possa suportar as suas alegações -- se limitam a questionar o enquadramento das cervejas das marcas “Schin” e “Schin Verão” naqueles grupos por entender que deveriam ter sido tributadas de acordo com os valores estipulados para a marca “Nova Schin”, que possuía montantes superiores para recolhimento de IPI.

17. A esse respeito, é importante registrar que o único argumento utilizado pelas DD. Autoridades Fiscais para questionar o enquadramento das cervejas de marcas “Schin” e “Schin Verão” seria o fato de que, em seu entendimento, esses produtos seriam, respectivamente, a mesma bebida e/ou apenas uma variação da cerveja de marca “Nova Schin”, que estava expressamente listada no Anexo III do Decreto nº 6.707/08 na época dos fatos geradores.

18. A despeito de as cervejas de marcas “Schin” e “Schin Verão” deterem registros independentes no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (“INPI”) e no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (“MAPA”), possuem composições distintas, terem sido comercializadas em embalagens diferentes, terem adotado comunicação visual igualmente distinta, sendo objeto de campanhas publicitárias totalmente segregadas, além de terem sido vendidas de forma concomitante por longo período de tempo (elementos expressamente reconhecidos no Relatório Fiscal e que

comprovam de forma indubitável tratar-se de marcas diversas, como será visto), as DD. Autoridades Fiscais entenderam que:

(...)

22. No entanto, as acusações da D. Fiscalização estão totalmente embasadas em meras suposições e ilações – totalmente dissociadas da realidade dos fatos, na medida em que:

(i) as cervejas de marcas “Schin” e “Schin Verão” sempre foram marcas diferentes e independentes da cerveja de marca “Nova Schin”, não podendo ser tributadas como se fossem o mesmo produto; e

(ii) não há dúvidas de que as cervejas de marcas “Schin” e “Schin Verão” não estavam expressamente enumeradas no Anexo III do Decreto n.º 6.707/08 ou em qualquer normativo da RFB, claramente por opção legislativa, pois outras marcas de cerveja, também com nomes semelhantes, mas correspondentes a produtos diferentes, estavam devidamente listadas em grupos separados, de forma que não há como se questionar a correção do enquadramento das cervejas de marcas “Schin” e “Schin Verão” nos grupos residuais.

(...)

É o relatório.

A 3ª Turma da DRJ-POA, em sessão datada de 18/11/2019, por unanimidade de votos, rejeitou a preliminar de nulidade e, no mérito, julgou PROCEDENTE a Impugnação. Foi exarado o Acórdão n.º 10-67.081, às fls. 4563/4583, com a seguinte Ementa:

BEBIDAS. REGIME ESPECIAL DE APURAÇÃO. ANEXO III DECRETO Nº 6.707/2008. MARCA NÃO EXPRESSAMENTE RELACIONADA. INCIDÊNCIA COM BASE EM CLASSE RESIDUAL.

Demonstrada a existência de marcas distintas de produtos (não se tratando, portanto, da hipótese de que uma seja mera variação ou tipo distinto da outra) devem ser observadas as classes de enquadramento estabelecidas pelo Anexo III do Decreto n.º 6.707/2008. Marcas comerciais novas, ausentes da tabela do referido Anexo, deverão ser enquadradas como “Demais Nacionais Especiais” ou “Demais Nacionais Pilsen”, conforme o caso específico.

NULIDADE. IMPROCEDÊNCIA.

É descabida a alegação de nulidade de auto de infração que explicita com clareza os fatos e fundamentos legais do lançamento de ofício com indicação das provas correspondentes, facultando aos sujeitos passivos a apresentação de defesa, ou quando as irregularidades possam ser sanadas.

Em razão do valor exonerado, a DRJ recorreu de ofício a esta instância *ad quem*. **O contribuinte, cientificado em 13/12/2019** (conforme TERMO DE CIÊNCIA POR ABERTURA DE MENSAGEM à fl. 4587), apresentou contrarrazões ao Recurso de Ofício em 25/05/2020, anexados aos autos às fls. 4595/4604.

É o relatório.

Fl. 5 do Acórdão n.º 3402-011.380 - 3ª Sejul/4ª Câmara/2ª Turma Ordinária
Processo n.º 10855.720745/2019-18

Voto

Conselheiro Lázaro Antônio Souza Soares, Relator.

I - ADMISSIBILIDADE

A decisão de piso exonerou o contribuinte de crédito tributário referente a IPI no **valor de R\$ 102.982.749,16**. Em razão do montante exonerado, o Colegiado *a quo* recorreu de ofício a este Conselho.

Sobre o tema, está vigente a Portaria MF n.º 02, de 17/01/2023, que estabelece o limite de alçada para o Recurso de Ofício:

Art. 1º O Presidente de Turma de Julgamento de Delegacia de Julgamento da Receita Federal do Brasil (DRJ) recorrerá de ofício **sempre que a decisão exonerar sujeito passivo** do pagamento de tributo e encargos de multa, **em valor total superior a R\$15.000.000,00** (quinze milhões de reais).

§ 1º O valor da exoneração deverá ser verificado por processo.

§ 2º Aplica-se o disposto no caput quando a decisão excluir sujeito passivo da lide, ainda que mantida a totalidade da exigência do crédito tributário.

Art. 2º Fica revogada a Portaria MF n.º 63, de 9 de fevereiro de 2017.

Art. 3º Esta Portaria entrará em vigor em 1º de fevereiro de 2023.

Portanto, o Recurso de Ofício preenche as condições de admissibilidade e dele tomo conhecimento.

II - FUNDAMENTAÇÃO

A decisão recorrida deu provimento à Impugnação nos seguintes termos:

O ponto controvertido é o seguinte: as marcas de cerveja Schin e Schin Verão (zero, pilsen, munich e malzbier) devem ser tributada pelo IPI da mesma maneira que a cerveja Nova Schin (zero, pilsen, munich e malzbier) ou, ao contrário, cada uma delas deve ser tratada de forma individualizada?

De início, cabe analisar o Regime de Tributação instituído pela Lei n.º 10.833, de 2003 (com a redação da pela Lei n.º 11.727, de 2008):

(...)

O regime especial de bebidas frias - REFRI - de que trata a Lei supramencionada foi regulamentado pelo Decreto n.º 6.707, de 23 dezembro de 2008. Referido Decreto estabeleceu as regras de cuja aplicação resultaria o valor do IPI incidente sobre os produtos em questão. Mas foi além: a partir das referidas regras, fixou o valor do imposto incidente, nas Tabelas de seu Anexo III:

(...)

Temos o seguinte: a partir dos preços de venda de cada marca (coletados em pesquisa ou constantes de pautas utilizadas para o cálculo do ICMS) calculava-se um preço de referência que, pode-se assim dizer, seria o preço de comercialização de determinada marca de produto no território nacional.

A legislação traçou os critérios pelos quais seria determinado o valor-base de cada produto e as alíquotas a serem aplicadas:

(...)

Finalmente, determinou que, a partir da publicação das alíquotas sobre o valor base, os valores do IPI seriam aqueles estabelecidos no Anexo III do Decreto nº 6.707, de 2008.

(...)

É preciso ressaltar um aspecto fundamental: a legislação não deixou ao contribuinte margem para ele próprio definir a base de cálculo do IPI. Ao contrário. Cabia à própria Administração Tributária determinar a base de cálculo e o valor do imposto que incidiria sobre cada MARCA de produto.

(...)

Avançando na análise da construção dessa sistemática de tributação, vejamos mais algumas regras da legislação de regência:

(...)

Ainda a esse respeito, há regras de grande importância que constam das Notas Explicativas das Tabelas do Anexo III. Vejamos:

Notas Explicativas (Tabelas X, XI e XII)

1. Salvo se expresso na marca comercial constante da tabela, os valores para os produtos identificados aplicam-se a todos os seus tipos e variações.

(...)

3. A classificação “Demais Nacionais Especiais” refere-se a marcas comerciais de cervejas não expressamente relacionadas e que sejam do tipo premium, extra, malzbier, sem álcool, pilsen extra, etc.

4. Marcas comerciais nacionais lançadas após a divulgação da tabela deverão se enquadrar como “Demais Nacionais Especiais” ou “Demais Nacionais Pilsen”, conforme o caso específico.

(...)

Tem-se, então, o seguinte: variações ou tipos distintos de produtos devem ser tributados da mesma maneira que a marca do produto identificado na tabela, salvo se tais diferenças ou variações (de marca) dela constarem expressamente (nota 1). Mas, por outro lado, marcas não expressamente relacionadas na tabela devem ser tributadas segundo os valores da classe residual (art. 27, § 4º e notas 2 e 3). Além disso, novas marcas (lançadas posteriormente à divulgação da tabela) devem ser também tributadas segundo os valores da classe residual (nota 4) e, finalmente, meras imprecisões na descrição da marca não afetam o seu enquadramento (nota 6).

Como visto acima, parece clara a aplicação da Nota 4 nos casos em que determinada marca comercial não esteja expressamente listada nas tabelas em razão de ter sido lançada posteriormente à sua divulgação. Diferente seria o caso em que houvesse mera variação da marca, caso em que forçosamente deve se aplicar a Nota 1.

Diante da legislação trazida para análise no presente voto, e em que pese a determinação de o regime especial de bebidas frias destinar-se à pessoa jurídica que industrializa ou importa os produtos e não necessariamente a cada produto em si considerado, o fato de haver, no anexo III do Decreto nº 6.707, de 2008, especificação precisa para cada produto comercializado e a previsão de que marcas lançadas após a divulgação da tabela deveriam ser enquadradas como "Demais Nacionais Especiais", pressupõe a liberdade de as empresas optantes pelo regime criarem novas marcas ainda na vigência do regime especial em questão.

A incidência do IPI, no regime especial, é estabelecida por marca de produto. A simples leitura das Tabelas do Anexo III deixa isso bastante claro. Trata-se de distribuição de marcas de produtos em classes de valores de imposto. Adotando-se o critério da existência da marca como norteador, não haverá dificuldade para a aplicação das regras específicas em comento.

Cabe aqui, um esclarecimento a respeito da definição de marcas comerciais. Segundo o Manual de Marcas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial: "Marca é um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa." Já segundo a Cartilha de Marcas elaborada pelo INPI "Marca é um sinal visualmente perceptível capaz de distinguir os produtos ou serviços de uma empresa, principalmente, em relação a outros concorrentes."

O Manual de Marcas segue com a afirmação de que, em consonância ao que dispõe a Lei nº 9.279, de 1996, Lei da Propriedade Intelectual, são passíveis de registro como marca todos os sinais distintivos visualmente perceptíveis, classificados quanto à sua natureza como de produto ou serviço, de certificação ou coletiva. Por oportuno, transcrevemos abaixo os arts. 122 e 123 da Lei de Propriedade Industrial:

(...)

Das definições acima transcritas, resta claro que o caso em apreço trata de marcas de produtos, registradas principalmente, mas não exclusivamente, para diferenciar produtos entre empresas concorrentes.

No presente caso, a questão que naturalmente se coloca é se uma mesma empresa pode lançar produtos para concorrer consigo própria. Ou se isso, de fato, representa mera sucessão de marcas e, neste caso, se tal sucessão de marcas seria passível de enquadramento no já estabelecido regime especial de tributação de bebidas frias (REFRI), seja ele realizado pela contribuinte, seja esse enquadramento realizado de ofício pela Secretaria da Receita Federal do Brasil.

O impugnante argumenta sobre a diferenciação entre as marcas "NOVA SCHIN" e "SCHIN", salientando, além do registro próprio a cada uma no INPI, as diferenças entre os elementos individualizadores a cada uma. Defende haver a distinção formal entre as marcas e produtos reconhecida pelos órgãos competentes - INPI e Ministério da Agricultura e Abastecimento (MAPA) - registro esse demonstrado à autoridade tributária lançadora e por ela reconhecido. Ademais, defende haver distinção material entre as marcas pela diferença de composição das cervejas. Defende, também, ter realizado campanhas publicitárias específicas para cada uma, bem como a comercialização por embalagens próprias e distintas entre ambas. Ressalta a concomitância da comercialização de ambas as marcas. Apresenta gráficos com valores distintos de comercialização.

Por outro lado, o principal argumento utilizado pela autoridade tributária para o reenquadramento das alíquotas foi a sucessão verificada entre as marcas, dados os demais indícios apontados, a saber: continuidade do volume da produção comercializada das cervejas, o truísmo dos nomes das marcas comerciais e os demais elos que conectam as marcas expostos no relatório fiscal.

Neste sentido, não negamos que as marcas em questão são distintas, todavia, também não negamos a ocorrência de sucessão entre elas. Por tais razões, entendemos que a controvérsia será dirimida pelas disposições normativas sobre o tema. A análise do presente caso, então, passa a considerar o que a legislação do REFRI determina sobre o enquadramento das marcas comercializadas sob sua vigência.

Como referido anteriormente, não seria correto aplicar a regra constante da nota 1 da Tabela Anexa porque seria levar longe demais o esforço interpretativo para enquadrar marcas formalmente distintas em uma mesma classe sob o argumento de que uma é mera variação de outra.

A legislação tributária específica é bastante direta: a partir do preço apurado em pesquisa, é estabelecido o valor do IPI (por litro de produto), para cada marca de cada tipo de produto. Nada além disso. E, para evitar lacuna indesejável, tratou, ela mesma, de prever regra para o caso em que o procedimento não fosse escoreito. Portanto, a própria legislação previu a hipótese em que falha ou omissão pudesse ocorrer.

A falta de menção expressa de determinada marca comercializada, no Anexo III, poderia ocorrer por diversas razões que não cabe aqui esmiuçar. O que importa é que a legislação traçou as regras a serem observadas nesses casos, bem como possibilitou que a Administração corrigisse o rumo, se fosse o caso. É por isso que "A Secretaria da Receita Federal do Brasil poderá, periodicamente, editar ato alterando a classificação das marcas comerciais nos grupos das tabelas do Anexo III, em caso de inclusão de marcas, ou quando identificada classificação em desacordo com as regras previstas nos arts. 24 e 25".

Ora, verificando a Secretaria da Receita Federal do Brasil que determinada marca de produto estava erroneamente omitida da listagem do Anexo III, poderia, em qualquer tempo, editar ato de correção.

O que se discute no presente processo é o correto valor de IPI a incidir sobre a marca "SCHIN".

Para a Fiscalização, a ausência das marcas Schin e Schin Verão na tabela do Anexo III, aliada ao fato de que as referidas marcas teriam, na verdade, sucedido a marca Nova Schin (que consta da tabela do Anexo III), traria como consequência necessária a incidência do IPI na mesma classe de valores para uma e para outra. Assim, as marcas Schin e Schin Verão, apesar de ausente da Tabela do Anexo III, sofreriam a incidência do IPI aplicável à marca Nova Schin.

Ocorre que a Impugnante apresenta boas razões para sustentar o acerto de seu entendimento. Há, de fato, traços bem marcados que permitem diferenciar as marcas Schin e Schin Verão da marca Nova Schin, embora se reconheça a similaridade dos produtos e a clara sucessão entre eles, o que, registre-se, a Impugnante não nega. De fato, a Impugnante apresenta razões comerciais para a mudança na denominação do produto, explica as alterações nos volumes de produção, aponta as diferenças na composição dos produtos das marcas distintas. Insiste, ainda, que cada uma das marcas seguiu um determinado planejamento, inclusive com campanhas promocionais específicas. Finalmente, informa que os registros dessas marcas, nos órgãos competentes, são distintos.

Os aspectos abordados pela Fiscalização não me parecem suficientes para autorizar que se considerem referidas marcas como sendo, materialmente, uma mesma marca, e que, portanto, se confira a elas o mesmo tratamento tributário.

E não parece haver irregularidade no fato de os nomes das marcas serem semelhantes ou, ainda, suas representações gráficas. Para criar uma nova marca, a Impugnante não estaria obrigada a renunciar ao patrimônio amealhado pela marca anterior, ou seja, não

seria necessário, para criar licitamente uma nova marca, que adotasse nome e identidade visual completamente distintos dos da marca anterior.

Ou seja, os fatos narrados nos autos não levam à conclusão de que a migração de marca tivesse por escopo a economia tributária ilícita. Ao contrário, demonstra-se de forma razoável a motivação comercial na criação da nova marca.

Além disso, o contribuinte não tem nenhuma participação na confecção da tabela do Anexo III do Decreto 6.707, de 2008.

Pode ter havido, de fato, economia tributária no caso de as novas marcas (Schin e Schin Verão) terem sido enquadradas em classe em que o valor do IPI era menor do que o da marca já consolidada (Nova Schin). Mas, não se poderia cogitar de prática de ato ilícito por não ter havido o descumprimento de qualquer norma. Além disso, essa situação favorecida da autuada poderia ter sido rapidamente revertida pelos mecanismos previstos na própria legislação. Ou a situação seria corrigida, se fosse o caso, na primeira pesquisa seguinte ao lançamento das marcas ou, ainda, a Administração poderia, por ato próprio, alterar o enquadramento das novas marcas baseada nos preços de comercialização.

Saliente-se que à fiscalização cabe, sem que paire dúvidas, a verificação do correto enquadramento das marcas comercializadas às alíquotas definidas respectivamente. Todavia, entendemos que o reenquadramento efetuado pela fiscalização deve se dar nos termos da legislação, sobretudo se essa legislação é editada por ato da própria RFB, como se viu acima.

Em suma, como o enquadramento das alíquotas utilizadas deveria ser feito por meio das tabelas constantes do Anexo III do Decreto nº 6.707, de 2008, as quais, repise-se, previam alíquotas destinadas especificamente para cada produto comercializado, entendemos assistir razão à impugnante o fato de ter enquadrado os produtos Schin e Schin Verão como "Demais Nacionais Especiais" ou "Demais Nacionais Pilsen", já que não havia definição de alíquota específica para as marcas em questão.

Em suas contrarrazões ao Recurso de Ofício, o contribuinte apresentou os seguintes argumentos adicionais para a manutenção da decisão de piso:

9. Partindo desse racional, o V. Acórdão brilhantemente validou o tratamento tributário adotado pela Recorrida, reconhecendo que os elementos juntados aos autos comprovam de forma inequívoca que as marcas aqui em discussão são distintas e não estavam expressamente listadas no Anexo III do Decreto nº 6.707/08, destacando que:

(...)

10. Vale mencionar que o entendimento manifestado pelo V. Acórdão recorrido não é isolado. Esse mesmo posicionamento também foi adotado recentemente, também por unanimidade, pela C. 3ª Turma da DRJ/JFA, nos autos do Processo Administrativo nº 10855.723904/2018-47 (Acórdão nº 09-71.046 - doc. nº 1), cuja matéria de fato e de direito é idêntica ao do presente processo, inclusive envolvendo a própria Recorrida.

11. Naquele processo, a 3ª Turma da DRJ/JFA também reconheceu a distinção das cervejas aqui em discussão, embasando-se em critérios formais, qualitativos, visuais, econômicos e semióticos:

(...)

12. Vale destacar que, naqueles autos, a I. DRJ também corretamente confirmou que a Recorrida enquadrou e tributou corretamente as cervejas autuadas, conforme os valores fixos do REFRI dos grupos "Demais Nacionais", afastando a intenção da D. Fiscalização de equiparar essas bebidas à marca Nova Schin:

(...)

13. Ademais, mais recentemente, as C. 8ª Turma da DRJ/RPO e 7ª Turma da DRJ/JFA, respectivamente nos Processos Administrativos nº 10855.720744/2019-65 (DJ: 20.8.2019) e 10855.723903/2018-01 (DJ: 5.6.2019), que também discutem a mesma matéria de fato e de direito aqui em discussão, também cancelaram integralmente Autos de Infração lavrados contra a Recorrida por reconhecer que as cervejas tratadas nestes autos são produtos diferentes (docs. nºs 2 e 3).

14. Note-se, I. Julgadores, que se tratam de Turmas Julgadoras distintas daquela que proferiu o V. Acórdão recorrido, mas que, após a análise dos fatos e direito expostos pela Recorrida (idênticos ao do presente caso), também reconheceram a improcedência da exigência de tributo decorrente da indevida equiparação das marcas Schin, Nova Schin e Schin Verão no período do REFRI.

15. Ademais, não bastando todos os argumentos de fato e de direito aqui reiterados e os precedentes apresentados, a Recorrida, para respaldar ainda mais os seus argumentos, requer a juntada do anexo Parecer Jurídico elaborado pela Professora Maitê Cecília Fabbri Moro (fls. 4434/4478) que, após extensa análise de todos os elementos que permeiam a presente discussão, concluiu que as cervejas de marcas “Nova Schin”, “Schin” e “Schin Verão” são produtos distintos e independentes, não podendo, portanto, ser equiparados exclusivamente para fins de tributação.

16. Vale destacar que o I. Parecer reconhece a distinção dos produtos por diversos critérios, a saber:

(i) Critério formal, tendo em vista a existência de registros independentes das três marcas no INPI e MAPA;

(...)

(ii) Critério qualitativo, já que os produtos se distinguem também pela composição individual das respectivas cervejas;

(...)

(iii) Critério visual, visto que as embalagens, os rótulos e até as campanhas publicitárias das cervejas são distintos – vide quadros comparativos das páginas 39/41 e trechos abaixo:

(...)

(iv) Critérios econômico e semiótico, em razão da comercialização concomitante das cervejas e percepção do mercado consumidor:

(...)

17. Dessa forma, o I. Parecer conclui objetivamente que as cervejas Nova Schin”, “Schin” e “Schin Verão” são produtos de marcas distintas:

(...)

18. Por fim, para que não reste qualquer dúvida quanto à distinção das marcas Schin, Nova Schin e Schin Verão e a consequente improcedência da presente autuação, a Recorrida pleiteia a juntada do anexo Laudo Técnico elaborado pelo Instituto de Pesquisa e Tecnologia de São Paulo (“IPT”) (fls. 4530/4561).

19. Após examinar os registros no MAPA das cervejas aqui em discussão, bem como realizar visita à fábrica da Recorrida para análise do seu processo produtivo, o IPT

confirmou que as bebidas “Schin”, “Schin Verão” e “Nova Schin” são cervejas diferentes:

(...)

20. Diante do exposto, não restam dúvidas de que o V. Acórdão recorrido merece ser integralmente mantido, uma vez que documentalmente comprovada a distinção das marcas “Schin” e “Schin Verão” da marca “Nova Schin” e, conseqüentemente, correto o enquadramento tributário dado pela Recorrida a essas bebidas durante a vigência do REFRI, o que, inclusive, foi confirmado por Parecer Jurídico e Laudo Técnico do IPT e já reconhecido por unanimidade por diferentes Turmas da DRJ/POA.

O Parecer Jurídico elaborado pela Professora Maitê Cecília Fabbri Moro se encontra anexado às fls. 4433/4478 e o Laudo Técnico elaborado pelo Instituto de Pesquisa e Tecnologia de São Paulo (IPT) às fls. 4530/4561.

Em anexo às contrarrazões, às fls. 4605/4665, se encontram decisões favoráveis ao contribuinte de diferentes DRJs e turmas sobre a matéria, todas por unanimidade:

i) Acórdão 09-71.046 - 3ª Turma da DRJ/JFA, Sessão de 7 de junho de 2019, Processo 10855.723904/2018-47, Interessado HNK BR INDÚSTRIA DE BEBIDAS LTDA:

BEBIDAS. REGIME ESPECIAL DE APURAÇÃO. ANEXO III DECRETO Nº 6.707/2008. MARCA NÃO EXPRESSAMENTE RELACIONADA. INCIDÊNCIA COM BASE EM CLASSE RESIDUAL.

Demonstrada a existência de marcas distintas de produtos (não se tratando, portanto, da hipótese de que uma seja mera variação ou tipo distinto da outra) devem ser observadas as classes de enquadramento estabelecidas pelo Anexo III do Decreto nº 6.707/2008. Neste caso, ausente uma das marcas do referido Anexo, não procede que se aplique, para esta, o imposto previsto para a marca expressamente mencionada.

Impugnação Procedente

Crédito Tributário Exonerado

ii) Acórdão 14-97.433 - 8ª Turma da DRJ/RPO, Sessão de 20 de agosto de 2019, Processo 10855.720744/2019-65, Interessado HNK BR INDÚSTRIA DE BEBIDAS LTDA:

BEBIDAS. REGIME ESPECIAL DE APURAÇÃO. ANEXO III DECRETO Nº 6.707/2008. MARCA NÃO EXPRESSAMENTE RELACIONADA. INCIDÊNCIA COM BASE EM CLASSE RESIDUAL.

Demonstrada a existência de marcas distintas de produtos (não se tratando, portanto, da hipótese de que uma seja mera variação ou tipo distinto da outra) devem ser observadas as classes de enquadramento estabelecidas pelo Anexo III do Decreto nº 6.707/2008. Neste caso, ausente uma das marcas do referido Anexo, não procede que se aplique, para esta, o imposto previsto para a marca expressamente mencionada.

Impugnação Procedente

Crédito Tributário Exonerado

iii) Acórdão 09-70.966 - 7ª Turma da DRJ/JFA, Sessão de 5 de junho de 2019, Processo 10855.723903/2018-01, Interessado HNK BR INDÚSTRIA DE BEBIDAS LTDA:

REGIME ESPECIAL DE BEBIDAS FRIAS. MARCA COMERCIAL NÃO ESPECIFICADA. ALÍQUOTA ESPECÍFICA. DEMAIS BEBIDAS.

Na hipótese em que determinada marca comercial não constar do Anexo III do Decreto nº 6.707, de 2008, e da divulgação realizada pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, será adotado o menor valor dentre os listados para o tipo de produto a que se referir.

Impugnação Procedente

Crédito Tributário Exonerado

Pelo exposto, verifico que, seja pelos critérios (i) formal, tendo em vista a existência de registros independentes das três marcas no INPI e MAPA; (ii) qualitativo, já que os produtos se distinguem também pela composição individual das respectivas cervejas; (iii) visual, visto que as embalagens, os rótulos e até as campanhas publicitárias das cervejas são distintos; ou (iv) econômico e semiótico, em razão da comercialização concomitante das cervejas e percepção do mercado consumidor, as cervejas em questão são distintas.

Além disso, o Laudo Técnico do Instituto de Pesquisa e Tecnologia de São Paulo – IPT, elaborado após o exame dos registros no MAPA das cervejas aqui em discussão, bem como após realizar visita à fábrica da recorrida para análise do seu processo produtivo, confirmou que as bebidas “Schin”, “Schin Verão” e “Nova Schin” são cervejas diferentes.

Nesse sentido, foram apresentados precedentes de mais 3 turmas de DRJ sobre a matéria, todas com decisão favorável ao contribuinte, tomadas à unanimidade.

Como bem ressaltou o colegiado *a quo*, o cerne da presente lide está em decidir se as marcas de cerveja Schin e Schin Verão devem ser tributadas pelo IPI da mesma maneira que a cerveja Nova Schin (como defende a Receita Federal) ou, ao contrário, cada uma delas deve ser tratada de forma individualizada (entendimento do recorrido).

Nesse contexto, me parece claro que os produtos são distintos e não poderiam ser tratadas como idênticos, o que ocasionou o equívoco da autuação. Assim, correta a decisão da DRJ.

III – DISPOSITIVO

Pelo exposto, voto por negar provimento ao Recurso de Ofício.

(documento assinado digitalmente)

Lázaro Antônio Souza Soares

Fl. 13 do Acórdão n.º 3402-011.380 - 3ª Sejul/4ª Câmara/2ª Turma Ordinária
Processo n.º 10855.720745/2019-18