

Суд по интеллектуальным правам

от ответчика: ООО «ЛАНЧ СПБ»
196210, Санкт-Петербург, Пулковское шоссе,
дом 37 / К.5 литера А, комната 144

соответчик: ООО «Ранчо Дмитровка»
141402, Химки, Международное шоссе,
дом 1, помещение 905

истец: ООО «Торо Негро»
115114, Москва, Летниковская улица,
дом 4, строение 5, помещение VIII, комната 2

дело № А41-83841/2022, С01-1838/2023

ОТЗЫВ НА КАССАЦИОННУЮ ЖАЛОБУ ООО «РАНЧО ДМИТРОВКА»

Уважаемый суд,

ООО «ЛАНЧ СПБ» поддерживает доводы ООО «Ранчо Дмитровка» о недоказанности сходства до степени смешения товарных знаков истца с обозначением ответчиков, а также полагает необходимым обратить внимания в контексте недоказанности сходства на три вывода судов первой и апелляционной инстанции, не основанных на доказательствах и противоречащих фактическим обстоятельствам дела и/или здравому смыслу.

Первый вывод

На пятнадцатом листе оспариваемого постановления суд апелляционной указывает:

Как было указано выше, словесный элемент «TORO» / «TORRO» в итальянском и испанском языках переводится как «бык». Даже при отсутствии глубоких знаний данных иностранных языков, российский потребитель ассоциативно способен догадаться о семантике слова «ТОРО», так как видит это обозначение на вывесках ресторанов в совокупности с изобразительным элементом в виде быка.

Иными словами, судебная коллегия суда апелляционной инстанции полагает, если русскоязычный человек видит картинку быка и рядом надпись «Торо», он однозначно приходит к выводу о том, что «Торо» на итальянском или испанском языке означает «бык».

В материалах дела отсутствует доказательства в обоснование этого умозаключения, например, исследование в области лингвистики.

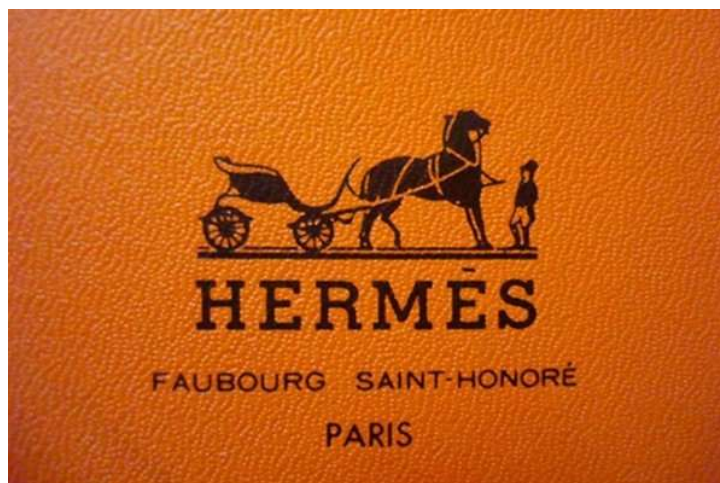
Более того, чтобы показать ошибочность данного умозаключения, представитель ответчика продолжит логику уважаемых судей Десятого ААС:

Итальянец, когда видит товарный знак:



- приходит к выводу, что на русском языке слово «камаз» означает лошадь.

Испанец, когда видит товарный знак:



- приходит к выводу, что на французском языке слово «hermes» означает лошадь.

Француз, когда видит товарный знак:



Ferrari

- приходит к выводу, что на итальянском языке слово «ferrari» означает лошадь.

Китаец, когда видит товарный знак:



- приходит к выводу, что на немецком языке слово «porsche» означает лошадь.

Немец, когда видит товарный знак:



宝骏汽车

- приходит к выводу, что на китайском языке слово «баоцзюнь» означает лошадь.

Ответчик полагает, когда речь идёт о компенсации в размере шести миллионов рублей, **взыскание которой ставит предпринимателя на грань разорения**, суду следует основывать свои выводы на подтверждённых доказательствами фактах, а не на домыслах мало реалистичного и непрофессионального характера.

Второй вывод

На пятнадцатом листе оспариваемого постановления суд апелляционной указывает:

Словесный элемент «De1», который входит в спорное обозначение, используемое ответчиками, является артиклем и не имеет перевода на русский язык. По этой причине, данный словесный элемент не может менять семантическое значение словесного обозначения ответчиков, а также влиять на общее восприятие его потребителями.

Судебная коллегия имеет ввиду следующее:

Среднестатистический русскоязычный человек обязательно догадается, что словесный элемент «De1» является артиклем в испанском языке, а значит, принимать его во внимание при выборе услуги с обозначением ответчиков не будет.

Данный вывод также не основан каких-либо лингвистических исследованиях и также носит характер неудачного домысла по двум причинам:

- нераспространённости в России испанского языка,
- отсутствия в русском языке артиклей.

В иностранных языках артикли используются для обозначения категории определённости/неопределённости по отношению к полю знаний говорящего/пишущего.

В русском языке артиклей нет, указание на определённую/неопределённую достигается использованием других частей речи, например:

- Эта девочка прочитала книгу. Одна девочка взяла этот персик.

- Учебник лежит на столе. На столе лежит учебник.
- Я не вижу книгу. Я не вижу книги.

Соответственно, вывод: «среднестатистический русскоязычный человек обязательно догадается, что словесный элемент «De1» является артиклем и поэтому не станет на него обращать внимание» - следовало не голословно декларировать, а доказать доказательствами.

Третий вывод

На одиннадцатом листе оспариваемого постановления суд апелляционной указывает:

Более того, большинство участников опроса (62%) допускают возможность перепутать и по ошибке зайти в ресторан «De1 Toro Grill & Bar» вместо ресторана под «TORRO GRILL» (товарный знак № 730545).

Данный вывод перекликается с выводом листа седьмого оспариваемого постановления:

Рестораны истца и ответчиков находятся в аэропорту, крупных торговых центрах и на многолюдных исторических улицах Москвы, следовательно, потребители чаще всего принимают решение о посещении ресторана, уже находясь в торговом центре или в аэропорту и имея возможность в общем оценить заведение (меню, интерьер, логотип и название). Учитывая данный факт, сходство сравниваемого обозначения с Товарными знаками общества Торо Гриль дополнительно усиливается следующими факторами, по мнению истца ...

Суды допустили ошибку:

- сходство до степени смешения средств индивидуализации услуг необходимо устанавливать не в офисе проводящего опроса лица, предлагая участнику опроса два листа А5 с обозначениями для сравнения, а в месте введения услуги в гражданский оборот;

- нахождение ресторанов ответчиков в торговом центре и в аэропорту не усиливает, а исключает смешение в глазах потребителя ресторанов ответчиков с заведениями истца.

Любой торговый центр, в том числе торговый центр аэропорта, зарабатывает на арендных платежах с арендаторов.

Поэтому любой торговый центр заинтересован в том, чтобы его арендаторы процветали.

Для того, чтобы арендаторы процветали, необходимо соблюдать ряд правил, одно из которых состоит в отсутствие конкуренции между арендаторами, это когда в одном торговом центре есть один мясной ресторан, один японский ресторан, один грузинский ресторан, один итальянский ресторан, один русский ресторан, а не шесть армянских ресторанов.

В аэропорте, где находится ресторан ООО «ЛАНЧ СПб», и в торговом центре, в котором расположен ресторан ООО «Ранчо Дмитровка», ресторанов истца нет, а значит:

А) никакого смешения нет и не может быть;

Б) вывод:

большинство участников опроса (62%) допускают возможность перепутать и по ошибке зайти в ресторан «Del Toro Grill&Bar» вместо ресторана под «TORRO GRILL» (товарный знак №730545) –

- указывает на заведомую ложность/ошибочность данного опроса.

Шмуратов А.С.