

Marcas De Fabrica Confundibilidad Marca Notoria Cese De Oposicion Al Registro De Marca

JURISPRUDENCIA

Marcas de fábrica. Confundibilidad. Marca notoria. Cese de

oposición al registro de marca Se confirma el fallo que acogió la demanda de cese de oposición al registro de marca, ya que el demandado no aportó elementos que permitan apartarse del principio de especialidad, por lo que las oposiciones formuladas por él con apoyo en los signos invocados son infundadas.

En Buenos Aires, a los 10 días del mes de abril del año dos mil

dieciocho, hallándose reunidos en acuerdo los Señores Vocales de la Sala III de la Excm. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal a fin de pronunciarse en los autos ?Asociación Argentina de Angus c/ Fecovita s/ cese de oposición al registro de marca?, y de acuerdo al orden de sorteo el doctor Guillermo Alberto Antelo dijo: I. La presente controversia involucra tres procesos acumulados, tramitados entre las mismas partes, que pasará a detallar por separado en el orden en que fueron iniciados.

1. Causa n° 3694/2008. 1.1. La Asociación Argentina de Angus (en adelante, ?Asociación?) solicitó ante el INPI el registro de la marca mixta ?ANGUS? (y diseño) en las clases 35 y 43 del nomenclador (actas n° 2.590.210 y 2.590.211, respectivamente). A ello se opuso la Federación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas Coop.Ltda. (?FECOVITA? en lo sucesivo) con sustento en ochenta registros enumerados en la documental de fs. 10, de los cuales sólo dos pertenecen -?TORO? y ?TORO VIEJO? pertenecen a la clase 35 (registros n° 1.713.790 y n° 1.884.816, respectivamente) y ninguno a la clase 43 (ver documental de fs. 6/10 y fs. 24/28). Una vez fracasada la mediación, la Asociación inició el presente juicio pidiendo que se declarase infundada la oposición de FECOVITA. Seguidamente, la versión de los hechos que aportó en su escrito inicial. La Asociación es una entidad fundada en 1920 que representa a los criadores ganaderos que se afilian a ella con el objeto de promover la producción de animales de raza bovina Aberdeen Angus. Entre las tareas que desarrolla, se encuentra el programa denominado ?Carne Angus Certificada? mediante el cual busca preservar los estándares de rango, condición y calidad para la producción de la carne de la raza Angus. Sus productos se comercializan en el mercado argentino desde hace más de ochenta y cinco años, y constituyen garantía de la certificación de la calidad y el origen en el resto del mundo. Provee de carne a comercios, tanto mayoristas como minoristas entre los que se encuentran importantes restaurantes donde también se venden sus vinos con la marca ?Aberdeen Angus?. Por otro lado, tiene sus propios restaurantes denominados ?ANGUS?, en los ofrece todos sus productos. La actividad comercial que la Asociación ha desarrollado en forma continuada ha ido de la mano de la explotación de la marca ?ANGUS?, la cual ninguna aproximación tiene con los signos de la oponente que, por lo demás, están inscriptos en clases distintas de las solicitadas. Sobre la base del relato que antecede, la Asociación invocó la existencia de interés legítimo de su parte y, por el contrario, la falta de él en la oponente en virtud del principio de especialidad. A todo evento sostuvo que su marca no era confundible con ninguna de las de su contraria. Ofreció y pidió que se hiciera lugar a la demanda declarándose infundada la oposición de FECOVITA, con costas (fs. 619/655 y ampliación a fs. 665/667vta.).

1.2. FECOVITA compareció y contestó la demanda (fs. 740/771). Después de formular las negativas de estilo, expuso que es una entidad de segundo grado que asocia cooperativas primarias y que se dedica a la comercialización de bebidas, incluidos los vinos. Describió en detalle su actividad remarcando su presencia y prestigio en el mercado nacional e internacional, los cuales se proyectan en un conjunto de distintas marcas identificadas con la palabra ?toro? y el dibujo respectivo del animal. Adujo que todas ellas eran marcas notorias y que, por ende, el cotejo debía realizarse teniendo en cuenta tal carácter y la correlativa necesidad de ampararlas de cualquier aproximación que suscitara la confusión en el público. Mantuvo su resistencia a que ?ANGUS? fuera registrada por ser ella confundible con sus marcas ya descriptas. Ofreció prueba y solicitó el rechazo de la demanda, con costas.

1.3. A fs. 818 consta el oficio en el cual el doctor Raúl O. Tettamanti -magistrado a cargo del Juzgado n° 10, Secretaría n° 19 del fuero- solicitó, la remisión de la presente causa para estudiar su vinculación con el expediente n° 3122/2010 que tramitaba ante el juzgado a su cargo y que se caratula ?Asociación Argentina de Angus c/ Federación de Coop Vitivinícolas Argentinas Coop Ltda s/ cese de oposición al registro de marca?. Cumplido el pedido, las actuaciones fueron devueltas ulteriormente con la resolución del doctor Tettamanti mediante la cual el proceso n°3122/2010 -que se describirá a continuación- fue acumulado al sub lite (fs. 820 y fs. 1000). Una vez producida la prueba correspondiente, las partes alegaron y los autos fueron llamados a dictar sentencia (fs. 2194/2200vta., 2202/2218 y 2221).

2. Causa n° 3122/2010. La Asociación solicitó ante el INPI el registro de las marcas mixtas ?ExpoANGUS? (y diseño) en las clases 35 y 41 (actas n° 2.743.043 y 2.743.044, respectivamente) y el diseño como marca ?FIGURA DE TORO? (y diseño) en las clases 29, 30 y 33 del nomenclador (actas n° 2.759.475, 2.759.476 y 2.759.477, respectivamente). FECOVITA se opuso con sustento en las siguientes marcas de su titularidad: a) en la clase 35 ?TORO? y ?TORO VIEJO? (registros n° 1.713.790 y n° 1.884.816); y en la clase 41 ?TORO?, ?FIGURA DE CABEZA DE TORO? y

?TORO VIEJO? (registros n° 1.983.765, 1.751.146 y n° 1.884.822). Además invocó la similitud con otros signos de su propiedad inscriptos en otros renglones de la Nomenclatura; b) contra la solicitud de ?ANEXA - FIGURA DE TORO? (y diseño) en la clase 29, invocó treinta y nueve marcas suyas de los cuales, sólo tres se encuentran registradas en dicha clase, a saber, ?TORO? y figura de toro (registro n° 1.976.468), ?CABEZA DE TORO? (registro n° 1.976.468 y 1.751.759) y ?TORO? (registro n° 1.687.559); c) contra para la solicitud en la clase 30, invocó su marca ?TORO? (registro n° 2.175.851) en la misma clase; d) contra la solicitud en la clase 33, invocó sus signos figurativos consistentes en una figura de toro (registros n° 1.620.691 y n° 2.048.687) y en una cabeza de toro (registros n° 1.735.022, n° 1.703.479, n° 1.625.659, n° 1.949.907 y n° 1.769.588) y ?TORO? (registro n° 1.628.584) en la misma clase (ver documental de fs. 1/80 en especial fs. 9, 22, 43, 61 y 78, y lo detallado a fs. 94/98 de la demanda). Con el fin de proseguir el trámite de inscripción, la Asociación demandó a FECOVITA pidiendo que se declarase infundada la oposición (fs. 88/101vta. y ampliación de fs. 109/144vta., especialmente pto. II de fs. 136vta./137). Tal como anticipé, el juez de primera instancia resolvió acumular este proceso al anterior, esto es, al expediente n° 3694/2008 (?acumulante?), lo que fue confirmado por la Alzada pasando a tramitar ambas en forma conjunta (fs. 150/vta., 153/vta. y 156/vta. y fs. 1000). La demandada compareció y contestó el traslado de la demanda, (fs. 1056/1073). Los argumentos y hechos aportados por los litigantes en sus respectivas presentaciones iniciales son sustancialmente similares a los que ellos expusieron en el proceso acumulante, por lo que evitaré reiteraciones innecesarias. Sirva también esta aclaración para lo que sigue.

3. Causa n° 7495/2011. La Asociación solicitó ante el INPI el registro de la marca mixta ?ANEXA - FIGURA DE TORO? (y diseño) en las clases 18 y 25 del nomenclador (actas n° 2.784.971 y 2.784.972, respectivamente). FECOVITA, una vez más, protestó contra ello sobre la base de los argumentos expuestos en sus otras oposiciones invocando veintidós registros propios que están enumerados en la documental de fs. 53 y fs. 63 de los cuales, sólo dos coinciden con las clases solicitadas: ?TORO? en la clase 18 (registro n° 2.175.690) y ?TORO VIEJO? en la clase 25 (registro n° 1.881.647; documental de fs. 45/64 en especial fs. 53 y 63 cit.). Ello condujo a la promoción de este juicio contra la oponente a fin de que, también en este caso, se declarase infundada su resistencia (fs. 71/79vta. y ampliación de fs. 396/418vta., especialmente pto. II de fs. 411/412). El a quo dispuso la acumulación del sub lite, al expediente n° 3694/2008 (fs. 419). La demandada compareció y contestó el traslado de la demanda, (fs. 452/472). Una vez producida la prueba correspondiente, las partes alegaron y los autos fueron llamados a dictar sentencia (fs. 600/607vta., 609/617vta. y 621). Resumiendo, existe una causa acumulante, que es la n° 3694/2008, y dos acumuladas a ella, que son las n° 3122/2010 y la n° 7495/2011 ya referidas. La n° 3122/2010 se agregó físicamente a la n° 3694/2008 por ende, la foliatura que cite en lo sucesivo corresponderá a ésta última, salvo indicación en contrario. La n° 7495/2011 en cambio, corre por separado.

II. La señora jueza de primera instancia, dictó la sentencia obrante a fs. 2223/2235vta. (ver copia certificada a fs. 625/637vta. del expediente n° 7495/2011) en la que resolvió lo siguiente: 1°) hacer lugar a la demanda en la causa n° 3694/2008, con costas, declarando infundadas las oposiciones al registro de ?ANGUS? (y diseño) en las clases 35 y 43; 2°) hacer lugar a la demanda en la causa n° 3122/2010, con costas, declarando infundadas las oposiciones al registro de ?ANEXA - FIGURA DE TORO? (y diseño) en las clases 29, 30 y 33, y ?ExpoANGUS? (y diseño) en las clases 35 y 41; y 3°) hacer lugar a la demanda en la causa n° 7495/2011, con costas, declarando infundadas las oposiciones al registro de la marca ?ANEXA - FIGURA DE TORO? (y diseño) en las clases 18 y 25. En pocas palabras, la magistrada tuvo por verificado el interés legítimo de la actora en solicitar y, después de realizar el cotejo correspondiente concluyó que no existía probabilidad de confusión entre los signos enfrentados en cada caso. Contra tal pronunciamiento apeló FECOVITA (ver recurso de fs. 2248 y auto de concesión de fs. 2249 y nota de fs. 638vta. en la causa n° 7495/2011), quien expresó agravios a fs. 2268/2283 (fs. 641/656 de la causa n° 7495/2011), dando lugar a las réplicas de fs. 2285/2289 (fs. 658/662 de la causa n° 7495/2011). Existen recursos contra las regulaciones de honorarios que serán tratados al finalizar el presente Acuerdo y siempre que el resultado al que se arribe en él no implique la atribución contenida en el artículo 279 del Código Procesal.

III. La recurrente se agravia del resultado del cotejo manteniendo la idea de que las marcas en pugna son confundibles. Manifiesta que la a quo omitió cuestiones conducentes a la hora de decidir, como ser la notoriedad de las marcas oponentes, el interés de la actora en la industria vitivinícola y la falta de prueba sobre la coexistencia pacífica entre los conjuntos. Por último cuestiona la jurisprudencia aplicada al resolver el caso.

IV. La impugnación contenida en el recurso importa reivindicar todas las oposiciones, inclusive aquellas que se fundaron en signos inscriptos en clases distintas de las peticionadas por la Asociación. Ahora bien, la protección que la ley confiere a la marca se extiende a la clase de productos o servicios para la cual fue solicitado su registro. Se trata del conocido principio de especialidad, que fue instituido para organizar racionalmente el registro de marcas y sirve para delimitar objetivamente el derecho del titular (artículos 1, 3 incisos a y b, 4 y 10 de la ley 22.362 y artículos 1, 11, 12, 24 y 28 del decreto 558/81; esta Sala, causa n° 7811/06 del 26/04/2016 y sus citas, entre muchas otras; Bertone, Luis- Cabanellas de las Cuevas, Guillermo, Derecho de marcas, Buenos Aires, Editorial Heliasta, 2003, tomo II, págs. 96 a 99); es cierto que existen supuestos en los cuales puede ser dejado de lado, pero también lo es que ellos son vistos como excepciones que debe probar el interesado. La afinidad

o proximidad entre los productos de distintas clases, el modo en que son comercializados, el mercado al que están dirigidos y la dependencia industrial que pueda existir entre ellos, son algunas de las circunstancias que justifican apartarse de la regla cuando, además, se acredite el aprovechamiento indebido del prestigio ajeno (doctrina de Fallos: 181:378, 187:131, 211:559 y 272:290). Otra excepción son las marcas notorias en la medida en que ellas trascienden el nivel ordinario de difusión generando asociaciones de diversa índole (esta Sala, causas n° 3871/98 del 13/05/2004 y n° 3210/14 del 3/08/17; Sánchez Herrero, Andrés, Confusión de marcas, Buenos Aires, La Ley S.A.E. e I., 2013, pág. 331). FECOVITA invoca ese carácter para sus signos con el objeto de saltar la regla de la especialidad. La calificación fue empleada en 1924 por un conjunto de expertos en el estudio de la competencia desleal convocados por la Sociedad de Naciones y fue incluida posteriormente en el Convenio de París cuyo artículo 6 bis. 1. dispone ?...Los países de la Unión se obligan, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear una confusión, de una marca que la autoridad competente del país de registro o de uso estimara ser allí notoriamente conocida ya como marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares...? (artículo 6 bis 1, del Convenio de París, Acta Lisboa, 1958, aprobado como anexo por la ley 17.011, el subrayado me pertenece). En nuestro país, la ?autoridad competente? aludida en la disposición han sido los magistrados, quienes no se han sujetado a la identidad o similitud de los productos o servicios. Por otra parte, la doctrina aportó afinamientos conceptuales a tono con la complejidad y del desarrollo del comercio (Fernández Novoa, Carlos, Tratado sobre derecho de marcas, Madrid, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., 2004, págs. 38 y ss. y Sánchez Herrero, ob. y lug. cit.). Existen dos criterios para definir cuándo se está en presencia de un caso de notoriedad: el tradicional, que exige que la marca sea conocida por la totalidad del público consumidor y que éste la relacione inmediatamente con el producto que ella distingue (Sala II, causa n° 13959/04 del 27/3/09 y esta Sala, causa n° 3871/98 cit.) ; y otro más flexible, que circunscribe la difusión al denominado, ?mercado relevante?, es decir, sólo al universo de consumidores relativo al producto o servicio de que se trate (Sánchez Herrero, ob. cit., págs. 327 y 328). De todas formas, aunque se adoptara el segundo criterio, el oponente debería acreditar el peligro de confusión, pues es la similitud entre los conjuntos y no la mera notoriedad de uno de ellos lo que debe juzgarse. Volviendo a los tres causas que son objeto de consideración, me parece necesario distinguir, en cada caso, las marcas del demandado que no están inscriptas en las clases solicitadas por la actora y que son calificadas de notorias por aquél en el recurso. a) Causa n° 3694/2008. Las de FECOVITA que están registradas en clases distintas a las solicitadas por la Asociación son: ?FIGURA CABEZA DE TORO? registrada en las clases 1, 33, 38 y 41 (registros n° 1.628.587, 1.630.720, 1.668.226 y 1.751.146), ?CABEZA DE TORO? de las clases 1, 2, 3, 5, 29, 30, 31, 32, 33 y 41 (registros n° 1.625.675 n° 1.593.152, n° 2.005.623, n° 2.005.622, n° 1.751.534, por un lado, y registros n° 2.005.621, n° 1.751.759, n° 1.687.590, n° 1.751.760, n° 1.687.573, n° 1.625.676, n° 1.625.677 y n° 1.699.864 por el otro), ?TORO? de las clases 1, 3, 5, 10, 18, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 40, 41 y 42 (registros n° 1.628.582, n° 1.654.144, n° 1.712.238, n° 1.625.678 n° 1.712.239, n° 1.650.557, n° 1.625.679, n° 1.687.559, n° 1.625.681, n° 1.625.682, n° 1.628.583, n° 1.628.584, n° 1.741.755, n° 1.741.756, n° n° 1.741.757, n° 1.741.758, n° 1.741.759, n° 1.983.765 y n° 1.652.055), ?TORO? (y diseño) de las clases 29 y 33 (registros n° 1.601.323 y n° 1.620.691) y ?TORO VIEJO? registrada en las clases 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41 y 42 del nomenclador (registros n° 1.980.497, n° 1.916.277, n° 1.881.634, n° 1.881.635, n° 1.881.636, n° 1.914.248, n° 1.915.581, n° 2.022.835, n° 1.957.683, n° 1.915.580, n° 1.881.637, n° 1.881.638, n° 1.881.639, n° 1.881.641, n° 1.881.642, n° 1.915.579, n° 1.957.681, n° 1.915.578, n° 1.957.680, n° 1.881.643, n° 1.881.644, n° 1.881.645, n° 1.881.646, n° 1.881.647, n° 1.881.648, n° 1.884.807, n° 1.884.808, n° 1.884.810, n° 1.884.811, n° 1.884.812, n° 1.985.854, n° 1.986.757, n° 1.884.814, n° 1.884.817, n° 1.884.818, n° 1.884.819, n° 1.884.820, n° 1.884.821, n° 1.884.822 y n° 1.985.859, respectivamente) (Grupo 1). Las que están registradas en una de las clases solicitadas, la 35, son: ?TORO? (registro n° 1.713.790) y ?TORO VIEJO? (registro n° 1.884.816) -ambas denominativas- (Grupo 2). b) Causa n° 3122/2010. Difieren las figurativas cabeza de toro en las clases 1 y 33 (registros n° 1.628.587 y 1.630.720, respectivamente), ?TORO? (y figura de toro) de las clases 31, 32 y 33 (registros n° 1.976.466, 2.048.686, 1.620.691 y 2.048.687, respectivamente), ?CABEZA DE TORO? de las clases 30, 31, 32 y 33 (registros n° 1.751.760, 1.687.573, 1.625.676 y 1.625.677, respectivamente), ?TORO? de las clases 1, 3, 5, 10, 18, 30, 31, 32, 33, 37, 38, 39, 40, 41 y 42 (registros n° 1.628.582, n° 1.654.144, n° 1.712.238, n° 1.625.678, n° 1.712.239, n° 1.650.557, n° 1.625.679, n° 1.625.681, n° 1.625.682, n° 1.750.589, n° 1.628.583, n° 1.628.584, n° 1.713.790, n° 1.741.755, n° 1.741.756, n° 1.741.757, n° 1.741.758, n° 1.741.759, n° 1.983.765 y n° 1.652.055) y ?TORO? (y figura de cabeza de toro) de las clases 1, 32 y 33 (registros n° 1.950.696, n° 1.949.901, n° 1.769.552, n° 1.949.907 y 1.769.588) (Grupo 1'). Las que sí comparten clases con las solicitadas son: i) para la solicitud del registro de ?ExpoANGUS? (y diseño) en la clase 35, ?TORO? y ?TORO VIEJO?, ambas de la misma clase -35- (registros n° 1.713.790 y 1.884.816, respectivamente); y para la solicitud en la clase 41, ?TORO?, ?FIGURA DE CABEZA DE TORO? y ?TORO VIEJO? de la misma

clase -41- (registros n° 1.983.765, 1.751.146 y n° 1.884.822, respectivamente); ii) para la solicitud ?ANEXA - FIGURA DE TORO? (y diseño) en la clase 29, ?TORO? (y figura de toro), ?CABEZA DE TORO?, ?TORO? (registros n° 1.976.468, n° 1.687.559, n° 1.751.759 y n° 1.687.590); en la clase 30, ?TORO? (registro n° 2.175.851); y para la solicitud de la clase 33, las que están compuestas por una figura de toro (registros n° 1.620.691 -renovado por el acta n° 2.704.551- y n° 2.048.687) y por una figura de cabeza de toro (registros n° 1.735.022, n° 1.703.479, n° 1.625.659, n° 1.949.907, n° 1.769.588) y ?TORO? (registro n° 1.628.584) (Grupo 2'). c) Causa n° 7495/2011. Las que no comparten clase son: ?FIGURA DE CABEZA DE TORO? de las clases 31 y 33 (registros n° 2.182.716 y n° 1.687.573), ?TORO? de las clases 1, 3, 5, 10, 29, 30, 31, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 y 42 (registros n° 2.199.620, n° 1.712.238, n° 2.175.689, n° 1.712.239, n° 1.650.557, n° 1.687.559, n° 2.175.851, n° 1.750.589, n° 2.175.857, n° 2.200.131, n° 1.713.790, n° 1.741.755, n° 1.741.756, n° 1.741.757, n° 1.741.758, n° 1.741.759, n° 1.983.765 y n° 1.652.055) (Grupo 1'). Las que se encuentran registradas en las mismas clases en las que la actora solicita las suyas son: ?TORO? en la clase 18 (registro n° 2.175.690) y ?TORO VIEJO? en la clase 25 (registro n° 1.188.647) -ambas denominativas- (Grupo 2'). Considero que ninguna de las marcas restantes mencionadas en los Grupos 1, 1' y 1" es notoria, cualquiera sea el criterio que se elija para definir esa categoría. El argumento según el cual la notoriedad es un hecho que no requiere demostración, es aparente y conduce a un círculo vicioso, máxime si se quiere reducir esa característica a un mercado determinado y no al público en general. Así, por ejemplo, un amplificador ?Mark Levinson? o un endoscopio ?Olympus? son conocidos por los audiófilos y los médicos endoscopistas, respectivamente, pero no por la generalidad de los consumidores ni, va de suyo, por los magistrados. Por lo tanto, no puede predicarse que el interesado en reivindicar la notoriedad de esas marcas quede relevado de probarla en los procesos en que la invoque a su favor (esta Sala, causa n° 3871/98 cit.; en sentido análogo, causas n°2386/04 del 23/08/2007, n°4861/98 del 7/02/2008 y las acumuladas n° 6625/05, n°6627/05 y n° 2224/05 del 7/07/2011). No escapa a mi análisis la difusión que en la memoria colectiva tiene la expresión ?TORO VIEJO?; sin embargo, no advierto que tal circunstancia se relacione con la explotación intensiva de ese signo en la actualidad haciendo imposible, por ejemplo, su coexistencia con otras marcas de reputación como ?Paso de los Toros?. ?Glostora?, ?Campomar?, ?Spur-Cola? fueron marcas famosas que resuenan todavía para personas de una determinada generación, pero no son explotadas en el presente. Lo dicho no quita que coteje ?TORO VIEJO? con las marcas que compartan la clase en que está registrado. En atención a ello y a que el demandado no aportó elementos que permitan apartarse del principio de especialidad, concluyo que las oposiciones formuladas por él con apoyo en los signos aludidos en el párrafo precedente son infundadas. V. Corresponde dilucidar ahora si las marcas de la oponente que están inscriptas en las mismas clases que las pedidas por la actora son confundibles. La posición que adoptaré en el cotejo es la que tendría cualquier consumidor atento, haciendo prevalecer la impresión de conjunto y evitando fraccionar artificialmente los elementos que componen las marcas en cuestión (conf. esta Sala, causa n° 1559/02 del 16/09/2008 y sus citas, entre muchas otras). a) Causa n° 3694/2008: La comparación es entre ?ANGUS? (y diseño), solicitada por la Asociación en la clase 35, y ?TORO? y ?TORO VIEJO? (denominativas), de FECOVITA, inscriptas en el mismo renglón. La primera se compone de los siguientes elementos: la palabra ?ANGUS? en mayúscula y arriba de la letra ?G?, y la figura de una cabeza de toro mirando hacia el lado derecho. Conceptualmente remite a la raza bovina ?Aberdeen Angus? originaria de Escocia. En cambio, ?TORO? significa el macho de la especie de los bóvidos, cualquiera sea la raza de esa especie. Es evidente, entonces, que la coincidencia conceptual afirmada por la demandante en el recurso carece de asidero porque el género de un animal no induce el significado de la especie a la que pertenece, ni viceversa. El adjetivo ?VIEJO? conjuga la evocación de la marca de vinos pero no la asociación inmediata con ?ANGUS?. Las diferencias gráficas acentúan el contraste; y como ?TORO? y ?TORO VIEJO? son signos meramente denominativos, no tienen ningún elemento visual complementario que los aproxime con la marca de la peticionante. Concluyo, pues, que no hay peligro de confusión en este caso. b) Causa n° 3122/2010 Procuraré ordenar las confrontaciones en este expediente para esclarecer el tratamiento de los agravios. i) La primera de ellas se da entre ?Expo ANGUS? (y diseño) solicitada en las clases 35 y 41, y nuevamente las opuestas ?TORO? y ?TORO VIEJO? -denominativas- de las clases 35 y 41, a las que suma la figurativa ?FIGURA DE CABEZA DE TORO? para la oposición al registro solicitado en la clase 41. La marca pretendida por la actora se compone de los siguientes elementos: el vocablo ?ExpoANGUS? escrito en mayúscula y la letra ?G? amplificada, y del lado derecho la figura de una cabeza de toro. Ya expuse las observaciones que suscitan el término ?TORO? y ?TORO VIEJO? en el apartado anterior, por lo que a ellas me remito con una aclaración adicional: la partícula ?Expo? hace pensar en exposición; introduce un elemento de ruptura que hace más intensa la diferencia entre las marcas en pugna. En lo tocante a la marca de FECOVITA ?FIGURA DE CABEZA DE TORO?, si bien ella retrata la cabeza de un ejemplar de ganado bovino, los aditamentos contenidos en ?ExpoANGUS? son suficientemente diferenciadores como para soslayarlos. Por lo demás, la reproducción del dibujo de un animal, por el uso general de que es susceptible, no puede ser objeto de monopolio (Otamendi, J., Derecho de marcas, Buenos Aires, Lexis Nexos, quinta edición actualizada, págs. 34 y 35) ii) Sigue aquí el cotejo entre la marca figurativa ?ANEXAFigura de TORO?, pedida por la actora en las clases 29, 30 y 33, y las de la oponente,

?TORO? -mixta-, ?CABEZA DE TORO? y ?TORO? -denominativas- en la clase 29; ?TORO? -denominativa- en la clase 30; ?TORO? con sus diseños respectivos y ?TORO? -denominativa- en la clase 33. Aclaro que no surge de la causa ni de la página del INPI cuáles son los diseños de la apelante referidos a otras marcas suyas lo que, evidentemente, obsta a que los pueda comparar con los solicitados por la demandante. La falta de prueba sobre este hecho le es imputable al demandado (art. 377, primer párrafo, del Código Procesal) por lo cual juzgo que las oposiciones que él dedujo con base en sus registros n° 1.735.022, n° 1.703.479, n° 1.625.659 y n° 1.769.588 carecen de fundamento. En lo atinente a las marcas de FECOVITA ?TORO? y ?CABEZA DE TORO? (denominativas), cabe hacerles extensivas las consideraciones que expuse a su respecto cuando abordé las otras oposiciones fundadas en ellas. Las tres marcas mixtas ?TORO? de la apelante tienen diferentes diseños del ese animal, pero en todas predomina la palabra ?TORO?. A la función predominante de esa mot vedette se le suma las diferencias en los diseños, acentuadas en el caso de la Asociación porque el suyo corresponde a la raza ?Aberdeen Angus?, todo lo cual contribuye eficazmente a alejar las posibilidades de confusión en el público (esta Sala, causa n°3291/01 del 15/11/2006). En consecuencia, tampoco en este caso le asiste razón a la recurrente. c) Causa n° 7495/2011: La comparación aquí se entre la marca ?ANEXA - FIGURA DE TORO? (y diseño), solicitada en las clases 18 y 25, y las de la oponente ?TORO? en la clase 18 y ?TORO VIEJO? en la 25 -las dos denominativas-. Remito a lo expuesto en el considerando V, apartado a) de este voto dada la sustancial analogía entre los argumentos enunciados en dicha oposición y los que conciernen a ésta. Agregó que, estando a las constancias de la causa (ver diseño de la marca solicitada y oposiciones, documental de fs. 45, 52, 53, 55, 62 y 63, e informativa al INPI de fs. 489/552, en especial fs. 489, 497, 500 y 508), no veo de qué modo alguien medianamente lúcido puede confundir el dibujo de una cabeza de animal vacuno con las marcas ?TORO? y ?TORO VIEJO? (Sala II, causas n° 3118 ?Textiles Tala SACIF c/Sudamtex SA, Textil Sudamericana?, del 16/12/74 y n° 1997 ?M. y T. Chemical Inc. c/Arlistán SAIC y A.? del 11/5/73). En función de lo expuesto, estimo que las marcas en conflicto pueden coexistir sin peligro de confusión. Por ello, juzgo que la sentencia debe ser confirmada, con costas (artículo 68, primer párrafo del Código Procesal). Así voto. El doctor Ricardo Gustavo Recondo, por análogos fundamentos adhiere al voto precedente. Con lo que terminó el acto de lo que doy fe. Buenos Aires, 10 de abril de 2018.

Y VISTO: lo deliberado y las conclusiones a las que se arriba en el Acuerdo precedente, el Tribunal RESUELVE: confirmar la sentencia apelada, con costas de Alzada a la recurrente vencida (art. 68, primer párrafo, del Código Procesal). Causa n° 3694/2008/CA1 Primera instancia: Por la forma en la que se resuelve, corresponde atender a los recursos interpuestos contra la regulación de honorarios de fs. 2236/2235vta. (ver fs. 2237, 2245/2246 y 2252 y concesiones de fs. 2238, 2247 y 2253). Teniendo en cuenta la base regulatoria tomada por el Tribunal en este tipo de juicios (ver causas ?Valydar? n°7288/03 del 20/05/2010 y ?Nova? n° 5794/11 del 31/10/2017); la naturaleza del proceso y la complejidad del asunto; las etapas cumplidas; el resultado obtenido; el carácter de la actuación; y el mérito, la eficacia y extensión de la labor desarrollada, se elevan los honorarios regulados a los letrados de la parte actora, doctores Luis Alejo Desiderio Horvath, Ricardo Richelet, José María Vicetto y Juan Bautista Vicetto, en las sumas de \$15.180, \$48.180, \$1.100 y \$1.100, respectivamente (arts. 6, 7, 10, 13, 37 y 38 de la ley 21.839). Segunda instancia: visto el resultado de la apelación, el mérito, la extensión y eficacia de los trabajos realizados, se establecen las siguientes sumas: \$5.000 y 16.500 para los letrados de la actora, doctores José María Vicetto -apoderado- y Juan Bautista Vicetto -patrocinante-, respectivamente; y 11.500 para el letrado de la demandada en doble carácter, doctor Diego A. Mayol (arts. 6, 10 y 14 de la Ley de Arancel citada). Causa n° 3122/2010/CA2 Primera instancia: Por la forma en la que se resuelve, corresponde atender a los recursos interpuestos contra la regulación de honorarios de fs. 2236/2235vta. (ver fs. 2237, 2239/2240, 2254 y concesiones de fs. 2238, 2241 y 2255). Teniendo en las mismas pautas utilizadas en la regulación precedente, se confirman los honorarios regulados a los letrados de la parte actora, doctores Luis Alejo Desiderio Horvath, Sofía Mundet Hellquist, Ricardo Richelet, José María Vicetto y Juan Bautista Vicetto (arts. 6, 7, 10, 13, 37 y 38 de la ley 21.839). Segunda instancia: visto el resultado de la apelación, el mérito, la extensión y eficacia de los trabajos realizados, se establecen las siguientes sumas: \$8.000 y 26.000 para los letrados de la actora, doctores José María Vicetto -apoderado- y Juan Bautista Vicetto -patrocinante-, respectivamente; y 24.000 para el letrado de la demandada en doble carácter, doctor Diego A. Mayol (arts. 6, 10 y 14 de la Ley de Arancel citada). Causa n° 7495/2011/CA1 Primera instancia: Por la forma en la que se resuelve, corresponde atender a los recursos interpuestos contra la regulación de honorarios de fs. 2236/2235vta. (ver fs. 2237, 2242/2243, 2252, 2258 y concesiones de fs. 2238, 2244, 2253 y 2259). Teniendo en las mismas pautas utilizadas en la regulación precedente, se elevan los honorarios regulados a los letrados de la parte actora, doctores Luis Alejo Desiderio Horvath, Ricardo Richelet, José María Vicetto y Juan Bautista Vicetto, en las sumas de \$25.000, \$83.420, \$27.000 y \$27.000, respectivamente y se confirman los de la doctora Dolores Meira (arts. 6, 7, 10, 13, 37 y 38 de la ley 21.839). A su vez, se confirman los honorarios regulados al doctor Luis Alejo Desiderio Horvath por los incidentes obrantes a fs. 443/444. Segunda instancia: visto el resultado de la apelación, el mérito, la extensión y eficacia de los trabajos realizados, se establecen las siguientes sumas: \$9.600 y 32.000 para los letrados de la actora,

doctores José María Vicetto -apoderado- y Juan Bautista Vicetto - patrocinante-, respectivamente; y 29.000 para el letrado de la demandada en doble carácter, doctor Diego A. Mayol (arts. 6, 10 y 14 de la Ley de Arancel citada). La doctora Graciela Medina no suscribe por hallarse en uso de licencia (art. 109 del RJN). Regístrese, notifíquese, publíquese y devuélvase. Guillermo

Alberto Antelo Ricardo Gustavo Recondo

029771E