

Causa proposta da **STARBUCKS CORPORATION**  
contro **Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co., Ltd**  
per violazione del diritto di marchio

Repubblica Popolare Cinese  
Corte Intermedia del Popolo Qingdao, Provincia di Shandong  
Sentenza Civile

(2005) Qingmin San Chu Zi No.11

(*omissis*)

Dopo aver visionato e accettato la causa concernente la controversia di violazione del diritto di proprietà di marchio tra l'attore STARBUCKS CORPORATION e il convenuto Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co., Ltd, la Corte ha formulato Corte Collegiale in base a quanto previsto dalla legge e ha istruito il processo con udienza pubblica. Il legale dell'attore [...] e i legali del convenuto [...] hanno partecipato all'udienza e la Corte ha pronunciato il termine del processo.

L'attore dichiara che la società STARBUCKS CORPORATION è stata fondata nel 1971 la cui principale attività era caffè. Dall'apertura del suo primo locale caffè con marchio STARBUCKS (星巴克 Xingbake) a Seattle in U.S.A. fino a fine anno 2002, la società Starbucks Corporation possedeva più di 5900 locali Starbucks (星巴克 Xingbake) dopo 30 anni di sviluppo con un rapido aumento di fatturato. La società era quotata in borsa Nasdaq negli USA e il valore delle sue azioni saliva in maniera consistente. La società Starbucks Corporation è diventata una nota compagnia di catena di locali caffè in tutto il mondo e nel contempo anche il marchio Starbucks (星巴克 Xingbake) è diventato un noto marchio di caffè a livello mondiale. Nel luglio 1976, l'attore Starbucks Corporation ha registrato in USA il suo primo marchio con "STARBUCKS" e, ad oggi, ha registrato lo stesso marchio "STARBUCKS" in 125 paesi e regioni del mondo con 20 categorie di prodotti utilizzabili. Contemporaneamente ha anche registrato i seguenti marchi come "STARBUCKS (figura)" e "STARBUCKS COFFEE (figura)" in 105 paesi e regioni nel mondo con 22 categorie di prodotti utilizzabili e inoltre ha anche registrato il marchio "STARBUCKS COFFEE" in alcuni paesi e regioni. La società Starbucks Corporation ha ottenuto dei successi sorprendenti in quanto offre ai consumatori dei prodotti e servizi di alta qualità e efficienza di gestione e management, efficace della promozione di marketing e pubblicità per i locali caffè STARBUCKS (星巴克) e suoi prodotti. I media del mondo hanno trasmesso numerose notizie sulla modalità di gestione, il concetto di business, il successo di distribuzione della Starbucks Corporation nonché la cultura di caffè derivante dallo standard del marchio STARBUCKS (星巴克). STARBUCKS (星巴克) caffè ed il marchio STARBUCKS (星巴克) sono diffusi in ogni parte del mondo e la società Starbucks Corporation vanta la leadership come caffè retailer su scala mondiale. I marchi "STARBUCKS", "星巴克"(Xingbake), "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS (figura)" e "STARBUCKS COFFEE (figura)" hanno elevata notorietà e buona reputazione in tutto il mondo ed in particolare anche in Cina, nella regione di Taiwan e in Corea del Sud sono stati protetti come marchi conosciuti.

La società attrice ha registrato il marchio "星巴克" (Xingbake) nel 21 febbraio 2000 in Cina con la categoria di prodotti n. 42. Il suddetto marchio è stato registrato su 5 categorie di prodotti come classi 42 e 30. La società Starbucks Corporation ha registrato il marchio "STARBUCKS" nel 14 maggio 1996 in Cina con la categoria di prodotti n. 42, ed il suddetto marchio ha avuto registrazione in 15 categorie di prodotti come classi 42, 30 e 35. La medesima società ha registrato il marchio "STARBUCKS (figura)" nel 28 giugno 1996 in Cina con la categoria di prodotti n. 42, ed il suddetto marchio ha avuto registrazione in 7 categorie di prodotti per le classi 42 e 30. Il 7 gennaio 2003 la medesima società ha registrato rispettivamente i marchi "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS COFFEE (figura)" in Cina con la categoria di prodotti n. 42. Ancora la stessa società ha registrato in Cina il 21 dicembre 2002 il marchio "FRAPPUCCINO" e il 21 marzo 2003 il marchio "YUKON BLEND".

Nel 1999 la società Starbucks Corporation era entrata nel mercato cinese e 4 anni dopo possedeva già 70 locali della catena di caffè Xingbake distribuiti nelle zone della Cina del Nord, del Sud e orientali, con un continuo aumento di fatturato e profitto. A partire dall'apertura del primo negozio presso il *Beijing International Trade Center*, l'attore ha sempre utilizzato marchi come "STARBUCKS", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE" e "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)" su *packaging* delle bevande e cibi, attrezzature per il caffè, arredamenti dei locali e nelle attività di promozione. Ha investito notevolmente in pubblicità e promozione dei prodotti caffè Xingbake. I principali giornali e televisioni

all'interno del territorio cinese hanno trasmesso numerose notizie sul grande successo della catena dei locali Xingbake caffè in Cina. I locali Xingbake caffè sono ormai diventati luoghi d'incontro di prima scelta per affari, amicizia e divertimento. I marchi "STARBUCKS", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE" e "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)" hanno ottenuto la stessa notorietà di altissimo livello in Cina. La società convenuta Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co., Ltd è stata fondata il 23 ottobre 2003, nel nome della società appare la scrittura "星巴克" (Xingbake) che è identico al marchio "星巴克" registrato dalla società attrice nella categoria di prodotti e servizi caffè. L'oggetto sociale della società convenuta consiste in Chinese-western food, caffè, bar ed altri servizi accessori che sono uguali o simili ai prodotti e servizi definiti dal marchio "星巴克" registrato dalla società attrice. In particolare, il nome della società convenuta contiene "caffè" che dà direttamente interpretazione dei contenuti delle sue attività ai consumatori. La società convenuta ha aperto locali caffè rispettivamente presso l'Haitain Hotel in Hongkong West Road n.48 e l'Huaqiao International Hotel (Shandong Silk Palaz) in Hongkong Middle Road n. 43. Durante lo svolgimento delle loro attività, sulle insegne, sui recinti e vetri fuori dei due negozi, sui manifesti e **light cases** (灯箱) all'interno dei negozi, sulle fatture e ricevute, sui biglietti da visita e fazzoletti, sono stati utilizzati simboli di riconoscimento identici o simili ai marchi registrati quali "星巴克", "STARBUCKS", "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS (figura)" e "STARBUCKS COFFEE (figura)", "FRAPPUCCINO", "YUKON BLEND". Allo stesso tempo, la società convenuta ha anche messo in evidenza una notevole quantità di chicchi di caffè Xingbake nelle confezioni di buste e mostra che il suo locale caffè appartiene alla stessa società di Shanghai Starbucks Coffee (Xingbake).

La società attrice ritiene che nonostante un'esplicita conoscenza da parte della società convenuta sul fatto che "STARBUCKS", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE" e "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)" siano i marchi registrati e siano i marchi altamente conosciuti nella categoria di prodotti e servizi di caffè, la società convenuta ha insistito ad utilizzare il marchio "星巴克" nella denominazione della propria società e svolge ugualmente attività nella categoria di prodotti e servizi di caffè, ed inoltre utilizza direttamente "caffè" nella sua denominazione sociale e nelle sue attività usa frequentemente per fini commerciali i simboli di riconoscimento uguali o simili ai marchi registrati come "星巴克", "STARBUCKS", "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "FRAPPUCCINO" e "YUKON BLEND". I suddetti comportamenti commessi da parte della società convenuta danno origine presso il pubblico di riferimento ad una falsa considerazione sull'origine dei servizi forniti circa il fatto che la società convenuta fosse una società fondata a Qingdao da parte della società attrice o una società con licenza d'uso dei suddetti marchi o che esistesse qualche altra relazione tra la società convenuta e quella attrice. Tutto ciò ha costituito una violazione dei diritti di marchi registrati dalla società attrice come "星巴克", "STARBUCKS" e "STARBUCKS (figura)" ecc. Allo stesso tempo, la società convenuta ha anche messo in esposizione una notevole quantità di chicchi di caffè in buste all'interno dei due locali, presentandosi ai consumatori come se appartenesse alla stessa compagnia di Shanghai STARBUCKS COFFEE (星巴克) per promuovere le loro attività con utilizzo di un mezzo falso. I comportamenti commessi dalla società attrice sono di rilevante intento di "salire sull'auto di convenienza" abusando dei principi di onestà e fiducia e virtù commerciale riconosciuta e comune, arrecando danni ai legittimi interessi e diritti riservati alla società attrice e causando disordine economico sociale. I suddetti comportamenti hanno costituito una concorrenza sleale con violazione della legge contro la concorrenza sleale della R.p.c. Al fine di proteggere i legittimi interessi e diritti riservati alla società attrice e promuovere e tutelare il principio della concorrenza leale di mercato, a norma degli artt. 52 e 56 della Legge marchi, degli artt. 2, 5, e 9 della Legge contro la concorrenza sleale, dei Principi generali di diritto civile, della Legge di procedura civile, della Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, dell'Accordo TRIPS e delle altre leggi e convenzioni internazionali in materia, si presenta alla rispettabile Corte il presente processo richiedendo alla Corte di pronunciare le seguenti condanne nei confronti della società convenuta: 1. confermare che la società convenuta ha violato il diritto del marchio registrato "星巴克" nei confronti della società attrice utilizzando "星巴克" come parte del nome della società e ordinare alla società convenuta di rinunciare all'uso del nome contenente simboli "星巴克" come denominazione sociale;

2. condannare la società convenuta a smettere immediatamente la violazione di diritto di titolarità dei marchi registrati quali "STARBUCKS", "星巴克", "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "FRAPPUCCINO" e "YUKON BLEND", e prendere immediatamente atto di non utilizzare più ed infine distruggere tutti i simboli uguali e simili ai suddetti marchi ed altri oggetti che costituiscono la violazione di diritto di marchio; 3. condannare la società convenuta a cessare immediatamente i comportamenti costituenti concorrenza sleale nei confronti della società attrice; 4. condannare la società convenuta a corrispondere a titolo di risarcimento un indennizzo economico di 500.000

RMB alla società attrice e rimborsare alla società attrice le spese per legali e varie di 400.000 RMB per un totale di 900.000 RMB; 5. le spese processuali saranno a carico della società convenuta.

La società convenuta dichiara in difesa quanto segue: 1. il marchio “星巴克” è un marchio ordinario non utilizzato. Un ordinario marchio registrato gode di una tutela giuridica diversa da quella attribuita al nome di una società, utilizzare il nome della società registrato e approvato da parte della società convenuta non può costituire una violazione del diritto di marchio, oltretutto la società attrice non ha dimostrato prove di documenti originali attestanti che essa sia il titolare del diritto di marchio “星巴克” ed il marchio “星巴克” non è stato utilizzato in Cina. La società attrice inoltre non ha prove di avere l’autorizzazione a tale utilizzo. 2. in base alla legge gli atti legittimi della società convenuta dovrebbero essere protetti dalla legge. L’atto di approvare e registrare il nome della società e poi utilizzarlo integralmente da parte della società convenuta dovrebbe essere protetto dalla legge. Non avendo utilizzato in maniera evidente i simboli contenenti nel nome della società da parte del convenuto, la violazione del diritto [di marchio, *ndt*] non può trovare luogo; 3. il marchio “STARBUCKS” non è un marchio notorio. Non si sono verificati nel mondo o nel territorio cinese casi che riconoscono il marchio “STARBUCKS” e gli altri relativi marchi indicati dalla società attrice come marchi notori, ciò dimostra che i suddetti marchi non possono essere considerati come marchi conosciuti. In base all’art.13 della Legge marchi che proibisce la registrazione o l’utilizzo della traduzione cinese di un marchio straniero notorio e diversamente invece non pone alcun limite in merito all’utilizzo della denominazione sociale. Oltretutto, “星巴克” non corrisponde a “STARBUCKS” in quanto “STARBUCKS” può essere tradotto come “史塔巴克斯” (Shi Ta Ba Ke Si), “星源” (Xing Yuan), “星元” (Xing Yuan), “男明星” (Nan Mingxing) ecc.. Nella regione di Taiwan “STARBUCKS” viene tradotto e registrato come “Shi Ta Ba Ke Si”. Il marchio “星巴克” è stato registrato in Cina da poco per non parlare di marchio notorio. La società attrice non ha prove che attestino la loro titolarità dei marchi “STARBUCKS”, “STARBUCKS COFFEE” ecc. in altri paesi come evidenziati nel loro documento di accusa. Come si evince dalle prove fornite dall’attore, il titolare di diritto di questi marchi in altri paesi non è la società attrice. L’attore non possiede la licenza d’uso dei relativi marchi come “STARBUCKS” nei confronti delle imprese cinesi e non ha neanche il diritto di concedere autorizzazioni. 4. La società attrice non possiede una impresa con proprio investimento in Cina. Shanghai Xingbake Coffee Co. Ltd, Shanghai Tongyi Xingbake Coffee Co. Ltd, Beijing Meida Xingbake Coffee Co. Ltd non sono società con investimento della società attrice, di conseguenza non hanno niente a che fare con la società attrice. Per quanto riguarda la società Qingdao American Xingbake Coffee Co. Ltd, che è registrata e costituita a Qingdao da poco, non esiste nessun legame con la società attrice. Conseguentemente si può affermare che il convenuto non ha commesso alcuna violazione del diritto o danni nei confronti della società attrice in quanto fino ad oggi la società attrice non ha nemmeno una società di suo investimento nel territorio cinese. 5. I fatti esposti nell’atto di accusa dell’attore sono falsi. Ad esempio, la società attrice è stata fondata nel novembre 1985 invece che luglio 1976, di conseguenza il marchio “STARBUCKS” ed altri relativi marchi registrati in USA non sono oggetto di loro diritto. In base alle prove fornite dalla società attrice in un altro processo presso la seconda corte intermedia del popolo di Shanghai, per le classi 42 e 21 il marchio è stato registrato da STARBUCKS COFFEE COMPANY (星源咖啡公司), invece che da STARBUCKS CORPORATION (星源公司). Il marchio figurativo nella classe 42 è stato registrato da STARBUCKS U.S BRANDS CORPORATION (星源美国品牌公司) che non ha legame con la società attrice. Da tutto ciò si evince che il titolare del diritto di questi marchi non è la società attrice. Anche gli altri fatti esposti dall’attore relativi ad investimenti internazionali, operazioni commerciali, pubblicità e registrazione ecc. non sono veri e non hanno a che fare con la società attrice. Nella lista di 500 società più potenti del mondo non esiste il nome della società attrice. Non esistano nemmeno le prove che possano attestare se il marchio “STARBUCKS” e gli altri marchi siano stati utilizzati in passato in altri paesi e l’esistenza della loro notorietà. Non ci sono tracce che attestino che la società attrice abbia registrato il marchio in lingua cinese “星巴克” in altri paesi. 6. Accusare che il nome della società convenuta abbia violato il diritto di marchio non ha alcun fondamento in fatto e in diritto. La società convenuta non ha commesso alcun tipo di violazione del diritto di marchio “星巴克”, in quanto essa ha utilizzato il proprio nome legittimamente, senza ricorrere a nessun utilizzo di rilievo. 7. La richiesta avanzata dalla società attrice nei confronti della società convenuta di cessare la concorrenza sleale non può avere alcun fondamento in fatto e in diritto. 8. La richiesta avanzata dalla società attrice nei confronti della società convenuta di risarcire la perdita economica e rimborsare le spese legali non ha nessun fondamento in fatto e in diritto.

L’attore STARBUCKS CORPORATION ha consegnato le seguenti prove al fine di supportare le sue richieste:

1. prove che attestano la registrazione in altri paesi da parte dell'attore dei marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE", tra cui 1) certificato del registro di marchio 2) atto notarile, prove 3) protezione del marchio ed accordi di autorizzazione (originale e quello con modifiche), prove 4. prove emesse dal governatore dello Stato di Washington Sam Reed, prove 6) sommario dei marchi. Le suddette prove fornite dall'attore attestano che STARBUCKS CORPORATION utilizza il marchio "STARBUCKS" dal 1971 e ha registrato in diversi paesi e regioni del mondo i marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "星巴克" dopo aver registrato per la prima volta "STARBUCKS" in USA il 16 luglio 1976.

2. Le prove che attestano la registrazione in Cina da parte dell'attore dei marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE", "FRAPPUCCINO", "YUKON BLEND", che contiene la prova 5. certificato del registro di marchio e i documenti procedurali notarili e di legalizzazione; prove supplementari, il bollettino marchi emesso dall'Ufficio di Marchi del SAIC.

3. Record che documentano che i marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE" sono protetti come marchi notori " le prove rilasciate dall'autorità competente, con la prova n.7, Atto di esame e conclusione sull'obiezione marchi rilasciato dall'Ufficio di Proprietà Intellettuale del Ministero di Economia di Taiwan (n. Prot. Zhong Tai Yi Zi n. G00900093, n. atto notarile: 1869); prova n. 8, Atto di esame e conclusione sull'obiezione marchi rilasciato dall'Ufficio Standard del Governo Centrale del Ministero di Economia di Taiwan (n. Prot. Zhong Tai Yi Zi n. 850308, n. atto notarile: 1870); prova n. 9, Atto di esame e conclusione sull'obiezione marchi rilasciato dall'Ufficio Standard del Governo Centrale del Ministero di Economia di Taiwan (n. Prot. Zhong Tai Yi Zi n. 850486, n. atto notarile: 1872); prova n. 10, prova n. 9, Atto di esame e conclusione sull'obiezione marchi rilasciato dall'Ufficio Standard del Governo Centrale del Ministero di Economia di Taiwan (n. Prot. Zhong Tai Yi Zi n. 850547, n. atto notarile: 1871); prova n. 11, atto di esame e conclusione sull'obiezione marchi rilasciato dall'Ufficio di Proprietà Intellettuale della Corea di Sud (2003) prot. atto notarile: Han Ren Zi n. 0015553 ; prova n. 12, atto di esame e conclusione sull'obiezione marchi rilasciato dall'Ufficio di Proprietà Intellettuale della Corea di Sud (2003) prot. Atto di legalizzazione: Han Ren Zi n. 0015554; prova n. 13, atto d'aggiudicazione che respinge la decisione del re-esame sul marchio "STARBUCKS COFFEE e figura" rilasciato dalla Commissione per la revisione e l'aggiudicazione dei marchi (*Trademark Review and Adjudication Board*, TRAB), numero documento 2001016944 ; prova n. 14, atto d'aggiudicazione rilasciato dal Centro di Conciliazione per controversie di dominio della China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC) (numero causa : CND-2004000032); prova 15, spiegazione dei fatti presentata dall'Ufficio Marchi dell'AIC di Ha'erBin; prova n. 16, notifica di respinta del marchio emessa dall'Ufficio Marchi della SAIC; prova n. 17, illustrazione dei fatti.

4. Le prove esibite dall'attore che attestano le notizie di divulgazione sulle importanti media internazionali e cinesi in relazione ai marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE". Tra le prove di cui sopra compresa la prova n.18: la notizia sul *Weekly Commercial* (《商业周刊》), Atto Notarile rilasciato dal Primo Ufficio Notarile della Municipalità di HuangPu, Shanghai, protocollo (2004) HuHuang Yizheng Jing Zi N. 5405 ; prova N. 19: notizia sulla rivista *Fortune*, Atto Notarile rilasciato dal Primo Ufficio Notarile della Municipalità di HuangPu, Shanghai, protocollo (2004) HuHuang Yizheng Jing Zi N. 5405; prova n. 20: notizia sulla rivista *Forbes*, Atto Notarile rilasciato dal Primo Ufficio Notarile della Municipalità di HuangPu, Shanghai, protocollo (2004) HuHuang Yizheng Jing Zi N. 5479 ; prova n. 21 notizia sulla rivista *FORTUNE* , protocollo dell'atto notarile (2004) Meiling Renzi N. 0005884 ; prova n. 22, notizia sul settimanale di marchi *BRANDWEEK* , protocollo dell'atto notarile (2004) Meiling Renzi N. 0005884 ; prova n.23. altre notizie pubblicate su altre media internazionali ; prova n.24 Atto Notarile rilasciato dal Primo Ufficio Notarile della Municipalità di HuangPu, Shanghai, protocollo (2004) HuHuang Yizheng Jing Zi N.5406; prova n.25. relative notizie pubblicate su importanti giornali cinesi come *People's Daily*, *Daily of the Law*, *China Security Paper*, *Beijing Evenings*, *News Morning*, ecc.; prova n.26. il costo complessivo delle attività promozionali svolte da parte dell'attore STARBUCKS Corporation per il marketing dei prodotti di marchio "星巴克" in Cina negli anni 2001 e 2002, con atto notarile ShenBan N. 14033.

5. Le prove che dimostrano le situazioni operative dalla società attrice in Cina ed altri paesi e regioni del mondo, comprendono prova n. reports annuali della società Starbucks Corporation da 1997 a 2003, prot. atto di legalizzazione (2003) Mei Ling Ren Zi n. 0013021 e (2004) Mei Ling Ren Zi n. 0005612 ; prova n.28, modulo di registrazione 10-K presso la zona speciale 20549 di Washington della American Stock Exchange Committee, prot. atto di legalizzazione (2003) Mei Ling Ren Zi n. 0013021 e (2003) Mei Ling Ren Zi n.0013021 ; prova n. 29, dati industriali e commerciali della società Beijing Meida Xingbake Coffee Co. Ltd e

le sue filiali; prova n. 30, dati industriali e commerciali della società Shanghai Tongyi Xingbake Coffee COo. Ltd e le sue filiali; prova 31, dati industriali e commerciali della società Meixin Xingbake Coffee Food & Beverage (Shenzhen) Co. Ltd e le sue filiali; prova 32, dati industriali e commerciali della società Meixin Xingbake Coffee Food & Beverage (Guangdong) Co. Ltd e le sue filiali; prova 33, audit reports annuali della società Beijing Meida Xingbake Coffee Co. Ltd da 1998 a 2002; prova 34, audit reports annuali della società Shanghai Tongyi Xingbake Coffee Co. Ltd da 2000 a 2003; prova 35, audit report dell'anno 2002 della società Meixin Xingbake Coffee Food & Beverage (Shenzhen) Co. Ltd.

6. le prove utilizzate dall'attore per dimostrare atti di violazione di diritto commessi dal convenuto, che comprendono: prova 36, dati di registrazione presso l'autorità competente (AIC) della società Qingdao Xingbake Coffee Food & Beverage Co. Ltd; prova 37, atto notarile rilasciato dal Primo Ufficio Notarile del Distretto di Huangpu, Shanghai con prot. (2004) Hu Huang Yi Zheng Jing Zi n. 9373; prova 38, spiegazione dei fatti fornita dalla società Shanghai Wanya Information Consulting Co.,Ltd; prova 39, illustrazione dei fatti fornita da Beijing Zhengli Trademark Office.

Come annotato nell'atto notarile con prot. (2004) Hu Huang Yi Zheng Jing Zi n. 9373 rilasciato dal Primo Ufficio Notarile del Distretto di Huangpu, Shanghai, l'11 ottobre 2004, il rappresentante della società attrice insieme a due notai del suddetto ufficio notarile è andato a fotografare presso i due locali del convenuto siti rispettivamente in Hongkong West Road, no.48, Qingdao e Hongkong Middle Road no. 43, Qingdao. All'interno dei locali hanno trovato tovaglioli di carta e biglietti da visita, e con l'occasione il rappresentante della società attrice domandava a una commessa a nome di un consumatore comune, "voi siete la stessa società di Shanghai Xingbake STARBUCKS COFFEE?" la commessa ha risposto "Si."

7. le prove in base a quali la società attrice ha chiesto il risarcimento, che comprendono: prova 40, la fattura di 3.000 RMB effettuata da Shanghai Huacheng Law Firm a favore del Primo ufficio Notarile del Distretto di Huangpu, Shanghai il 28 ottobre 2004; prova 41, fattura concernente il costo di traduzione; prova 42, le fatture concernenti le spese sostenute quando i legali e notai autorizzati dalla società attrice sono andati a Qingdao al fine di investigare la situazione della violazione di diritti e quando i legali dell'attore sono andati a Qingdao per l'istruttoria della causa, totale di RMB 12.102.9; prova 43, la fattura di 400.000 RMB pagata dalla società attrice in relazione alla prestazione dei legali in questo processo.

La società convenuta ha fornito le seguenti prove al fine di sostenere la sua difesa:

1. prove al fine di dimostrare che il nome della società convenuta è stato ottenuto in modo legittimo e pertanto non costituisce alcuna violazione del diritto [di marchio], sono incluse le seguenti prove: prova 1-1, notifica di approvazione preventiva del nome della società convenuta; prova 1-2, approvazione da parte del Foreign Trade and Economic Cooperation Bureau of South District of Qingdao in relazione allo Studio di fattibilità e dello statuto della società Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co., Ltd ; prova 1-3, certificato di approvazione della costituzione di società a capitale straniero in Cina; prova 1-4, domanda di modifica della denominazione sociale, notifica dell'approvazione della modifica della denominazione sociale; prova 1-5, analisi sul conflitto tra denominazione sociale e diritto di marchio emessa dalla seconda corte intermedia del popolo di Shanghai; prova 1-6, analisi sulla causa proposta da Hangzhou Zhang Xiaoquan Scissors contro Nanjing Zhang Xiaoquan Cutting Tools Factory.

2. prove che attestano il periodo della fondazione effettiva della società attrice, prova 2-1, l'esistenza della società Starbucks Corporation, certificato di autorizzazione e le relative procedure notarili e di legalizzazione.

3. prove che dimostrano che i marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS COFFEE" non appartengano al convenuto in USA, sei copie in versione bilingue cinese/inglese di registrazione dell'Ufficio di Brevetto e Marchi Americani.

4. prove attestanti l'inesistenza di corrispondenza tra "STARBUCKS" e "星巴克", prova 4-1, atto di accusa dell'attore e certificato di registrazione del marchio dell'attore; prova 4-2, dossier del marchio "Si Ta Ba Ke Si" (斯塔巴克斯); prova 4-3, certificato di registrazione del marchio a Taiwan.

5. prove che dimostrano la legittimità dell'utilizzo del nome della società da parte del convenuto e l'innocenza rispetto alla violazione del diritto di marchio e concorrenza sleale, comprese le seguenti prove quali n. 5-1, le foto del locale del convenuto; n.5-4, statuto della Shanghai Tongyi Xingbake Cooffee Beverage Co., Ltd; n. 5-5 dati essenziali della società Shanghai Xingbake Cooffee Beverage Co.,Ltd.

6. il convenuto ritiene che la richiesta di danni e risarcimenti da parte dell'attore sia priva di fondamento giuridico, prova 6-1, Measurement of Shanghai Lawyers' Service and Fees Management; prova 6-2, sentenza civile con prot. (2003) Zha Min Yi Chu Zi n. 2283 emessa dalla Corte popolare del distretto Zhabei di Shanghai; prova 6-3, sentenza civile con prot. (2003) Hu Erzong Min Yi Zhong ZI n. 2565 emessa dalla seconda corte intermedia popolare di Shanghai.

7. le prove che attestano che il soggetto di investimento di Beijing Meida Xingbake Cooffee Co.,ltd e Qingdao American Xingbake Cooffee Co.,ltd non è la società attrice, allegate prove supplementare quanto segue: 1-1, Statuto della Qingdao American Xingbake Coffee Co., Ltd e certificato di approvazione della

costituzione di società a capitale straniero; 1-2, contratto di trasferimento di capitale e la documentazione del Foreign Trade and Economic Cooperation Bureau of South District of Qingdao; 1-3, atti dell'autorità di registrazione e la modifica dello statuto della Qingdao American Xingbake Coffee Co., Ltd; 1-4, dati commerciali ed industriali della Beijing Meida Xingbake Coffee Co.,Ltd; 1-5, notizie pubblicate su giornali *City Paper of Peninsula* (《半岛都市报》) e *Qingdao Morning* (《青岛早报》) e copertina e relative pagine interne sulla rivista *Yangguang Department Store* (阳光百货杂志) No. 6 del 2005 (Numero complessivo N.6); 1-6, scontrino e la sua traduzione concernente l'acquisto di chicchi di caffè dalla società americana Starbucks Coffee Company da parte del convenuto; 1-7, l'acquisto dei chicchi di caffè Yukon e la relativa confezione.

8. prove che dimostrano che l'attore non rientri nella lista di 500 società più potenti del mondo, allegata la prova supplementare 9, rivista *Fortune*.

All'accettazione della causa, l'attore ha chiesto la protezione delle prove richiedendo alla Corte di sigillare e sequestrare i simboli utilizzati dal convenuto uguali o simili ai marchi registrati dall'attore sui oggetti così come insegne luminose, vetri, manifesti, menu, ricevute e fatture, scontrini, biglietti da visita, fazzoletti, confezioni di chicchi di caffè, ecc., e tutte le registrazioni dei computer di cassa dal momento dell'apertura del locale fino ad oggi, tutte le prove per la consegna delle merci, registrazione delle vendite e le note contabili in relazione alle attività commerciali, libri contabilità. La Corte ha emesso il 15 dicembre 2004 una sentenza civile con prot. (2005) Qing Min San Chu Zi N.11, che ordina l'esecuzione della protezione delle prove sui luoghi di attività presso rispettivamente Hongkong West Road, n. 48, Qingdao e Hongkong Middle Road n. 43 Qingdao, fotografando e registrando la disposizione sia all'esterno sia all'interno del locale del convenuto, ritirando i biglietti da visita e confezioni di chicchi di caffè all'esposizione, e richiedendo al convenuto entro il limite consentito a presentare i libri di contabilità che non sono stati consegnati alla Corte in base a quanto richiesto.

Dopo avere provveduto all'istruzione della causa, si evince il seguente fatto: la società attrice Starbucks Corporation è una società registrata nello Stato di Washington in USA, a partire dal 1996 la suddetta società ha registrato in Cina i seguenti marchi "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "星巴克"、"STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE", "FRAPPUCCINO", "YUKON BLEND", la sua situazione di registrazione è riassunta nella seguente tabella:

nomi di marchi	N. registrazione	data registrazione	classifiche	prodotti/servizi ratificati
STARBUCKS	839975	1996-5-14	servizio, 42	Locale Caffè, ristorante
	2010336	2002-12-21	servizio, 42	ristorante, locale caffè e relativi servizi
	926045	1997-1-7	prodotti, 30	caffè e bevande caffè
星巴克	1367394	2000-2-21	servizio, 42	ristorante, locale caffè
	1369000	2000-2-28	prodotti, 30	caffè, caffè artificiale, bevande caffè
STARBUCKS (figura)	851969	1996-6-28	servizi, 42	locale caffè, ristorante
	926050	1997-1-7	prodotti, 30	caffè, bevande caffè
STARBUCKS COFFEE (figura)	2010346	2003-1-7	servizio, 42	ristorante, servizi locale caffè e negozio caffè
	2011962	2003-3-21	prodotti, 30	caffè (macinato e in chicchi), bevande caffè
STARBUCKS COFFEE	2010341	2003-1-7	servizio, 42	ristorante, servizi locale caffè e negozio caffè
	2010344	2003-1-7	servizio, 42	ristorante, servizi locale caffè e negozio caffè
FRAPPUCCINO	2010335	2002-12-21	servizio, 42	ristorante, servizi caffè bar, locale e negozio caffè
	1423706	2000-7-21	prodotti, 30	caffè e bevande caffè
	1618991	2001-8-14	prodotti, 30	thè, gelato
YUKON BLEND	2011963	2003-3-21	prodotti, 30	caffè macinato e chicco, thè

I suddetti marchi "STARBUCKS", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE" ("COFFEE" con rinuncia al diritto di uso esclusivo), "FRAPPUCCINO", "YUKON BLEND" sono di carattere di scrittura; il marchio "STARBUCKS (figura)" consiste in due circonferenze concentriche, con l'immagine di una sirena al centro e il verde che riempie lo spazio compreso tra le due circonferenze, in posizione simmetrica al centro dell'anello

ci sono due stelle bianche a cinque punte e sopra l'anello si trova la scrittura bianca "STARBUCKS". C'è da notare che nella registrazione di tale marchio esiste una nota che indica che il colore e le due stelle del marchio non sono di uso esclusivo; confrontando la forma del marchio "STARBUCKS COFFEE (figura)" con "STARBUCKS (figura)", oltre la dicitura "COFFEE" che si trova nella parte inferiore dell'anello del marchio "STARBUCKS COFFEE (figura)", non si sono verificate altre divergenze, e c'è da notare che della dicitura "COFFEE" del marchio si è rinunciato all'uso esclusivo. I suddetti marchi sono ancora validi durante il processo. I marchi STARBUCKS e 星巴克 registrati in Cina dall'attore godono di una notorietà piuttosto considerevole nel settore relativo alla vendita al dettaglio e consumo di caffè sia in Cina sia nel mondo, e di conseguenza sono marchi notori per servizi e prodotti di caffè.

La società convenuta Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co., Ltd è stata fondata il 23 ottobre 2003, la tipologia della società è una società ad investimento interamente estero (*Wholly Foreign Owned Enterprise*, WFOE), l'investitore è un cittadino americano di origine cinese LÜ Chengrui, l'oggetto sociale comprende Chinese-western food, caffè, bar ed altri servizi accessori. Dopo la costituzione della società, il convenuto ha aperto i locali caffè rispettivamente presso l'Haitian Restaurant, Hongkong West Road, n. 48 e lo Shandong Silk Palaz, Hongkong Middle Road, n. 43. Nei punti presso i due locali che attirano l'attenzione sono state poste le insegne con il nome della società Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co., Ltd insieme al simbolo rotondo della società. Questo simbolo rotondo è composto da due circonferenze concentriche, una tazza di caffè inclinata al centro e il colore verde nell'anello compreso tra le due circonferenze, due stelle bianche a 5 punte situate in due posizioni simmetriche al centro dell'anello, le diciture "COFFEE" e "咖啡" (Ka Fei) si trovano nelle parti superiore e inferiore dell'anello. Presso l'Haitian Restaurant è messo in evidenza il nome in inglese "QINGDAO S A S U K COFFEE F&B CO. LTD." insieme all'insegna luminosa con il simbolo rotondo della società. Presso lo Shandong Silk Palaz, sono stati aggiunti anche quattro caratteri "美国咖啡" (american coffee) al nome della società. Sui tovaglioli di carta utilizzati nel locale e sui biglietti da visita distribuiti ai consumatori, oltre il simbolo e il nome della società, sono stati stampati anche le scritture "青岛星巴克咖啡" (Qingdao Xingbake) e "QINGDAO STARBUCK COFFEE"; nei manifesti all'interno del locale ci sono anche le scritte "美国星巴克咖啡" (American Xingbake Coffee); sui listini prezzi, sono stati stampati "沁凉系列 (serie freddo) STARBUCKS ON ICE", "星冰啡系列 (Serie Xingbingfei) FRAPPUCCINO ICE BLENDED COFFEE" e "优肯综合咖啡 (Yukon Caffè completo) Yukon Blend Coffee 30 yuan/cup" ecc.; sulle fatture emesse ai consumatori si evidenziano "星巴克餐饮" (Xingbake Food and Beverage), "星巴克咖啡" (Xingbake Coffee) come nome della società. Allo stesso tempo, la società convenuta ha anche messo in esposizione confezioni in busta di chicchi di caffè del marchio "STARBUCKS".

Ciò premesso, questa Corte ritiene che i marchi registrati in Cina dalla società attrice Starbucks Corporation così come "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "星巴克", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE", "FRAPPUCCINO", "YUKON BLEND" hanno diritto d'uso esclusivo come marchi registrati in conformità alla legge e sono protetti dalla legge cinese. "STARBUCKS" e "星巴克" essendo di scritture creative e marchi piuttosto conosciuti, quando vengono utilizzati sui prodotti e servizi relativi a caffè, diventano simboli evidenti noti al pubblico di riferimento.

La società convenuta è una società a capitale straniero registrato presso l'Amministrazione dell'Industria e del Commercio (AIC) in Cina, la denominazione sociale registrata legittimamente deve essere tutelata dalla legge, a condizione che il suddetto nome sia ottenuto in modo legittimo senza violare il diritto acquisito da altri in precedenza, qualora il nome utilizzato violasse il diritto altrui e comportasse facilmente un falso riconoscimento da parte del pubblico di riferimento, la registrazione operata secondo legge non potrebbe più essere una scusa di difesa per esonerare dall'accusa di violazione di diritti. A norma delle *Interpretazioni sulle problematiche applicative delle leggi concernenti istruttoria delle cause civili in materia di marchio emanate dalla Corte Suprema del Popolo*, i comportamenti tali da integrare una sorta di violazione di diritti dovrebbero soddisfare le seguenti condizioni contemporaneamente: 1. il nome della società utilizzato è uguale o simile ad un marchio registrato altrui; 2. utilizzo in modo rilevante di tale nome sui prodotti uguali o simili; 3. l'utilizzo di tale nome comporta facilmente un falso riconoscimento verso i prodotti della società che lo utilizza da parte del pubblico di riferimento. In base ai fatti già verificati, la società convenuta nel proprio nome ha utilizzato l'espressione "星巴克" che era stato registrato in precedenza da parte della società attrice e allo stesso tempo svolge attività di bar caffè che è uguale a quella della società attrice. Il punto cruciale per determinare la violazione da parte della società convenuta è chiarire se il suo utilizzo dell'espressione "星巴克" sia rilevante e se tale utilizzo abbia condotto il pubblico di riferimento a un falso riconoscimento. Visto che l'espressione "星巴克" non è un nome comune, ma piuttosto singolare, la società convenuta ha affisso in un punto evidente il suo nome a caratteri ingranditi su una parete del proprio locale. Nonostante il nome affisso sia il nome completo della società, il fatto che il marchio registrato "星巴克" sia un marchio notorio e di conseguenza anche evidente nei confronti del

pubblico, il modo dell'utilizzo del suo nome dalla società convenuta non sarebbe altro che per attrarre l'attenzione del pubblico sulla parte più evidente del suo nome cioè "Xingbake Coffee". Inoltre, la società convenuta ha utilizzato anche "Xingbake Coffee", "Xingbake Food & Drink", "Qingdao Xingbake Coffee" ecc. sulle fatture, sui biglietti da visita, sui tovaglioli da carta, ecc., tutto ciò dovrebbe confermare che la società convenuta ha utilizzato l'espressione "星巴克" in modo rilevante. I due locali della società convenuta sono situati nella vicinanza dell'hotel spesso frequentati dai consumatori di caffè, a causa dell'utilizzo rilevante del marchio registrato della società attrice e dell'esposizione di una grande quantità di chicchi di caffè di marchio "STARBUCKS" all'interno dei suoi locali, sarebbe facile che i relativi consumatori considerassero che i bar caffè del convenuto fossero negozi in *franchising* della società attrice. Operando nel settore dei bar caffè, la società convenuta dovrebbe essere a conoscenza della notorietà del marchio registrato dell'attore, ma, nonostante ciò, la società convenuta ha utilizzato il marchio registrato dell'attore "星巴克" nella propria denominazione sociale e svolge l'attività a fini di profitto. La società convenuta in realtà si è appropriata attraverso tale comportamento della buona reputazione costruita dalla società attrice sul predetto marchio, ha contraddetto il concetto di concorrenza fondato su onestà e fiducia e infine ha violato il diritto del marchio "星巴克" della società attrice.

Le scritte stampate su tovaglioli di carta, manifesti e biglietti da visita come "青岛星巴克咖啡" (Qingdao Xingbake Coffee), "美国星巴克咖啡" (American Xingbake Coffee) e "QINGDAO STARBUCK COFFEE" insieme alle scritte utilizzate sul listino prezzi così come "沁凉系列 STARBUCKS ON ICE", "星冰咖啡系列 FRAPPUCCINO ICE BLENDED COFFEE" ecc. sono uguali o simili ai marchi registrati dalla società attrice "星巴克", "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS", "FRAPPUCCINO". Tale condotta consistita nell'utilizzare marchi identici o simili sulla stessa categoria di prodotti ha in realtà comportato una violazione dei diritti sui marchi "星巴克", "STARBUCKS COFFEE", "STARBUCKS" e "FRAPPUCCINO" registrati dall'attore.

Per quanto concerne la questione se l'utilizzo dei simboli rotondi abbia violato il diritto dei marchi "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS (figura)" registrati dall'attore, la Corte ritiene che l'utilizzo dei simboli rotondi sulla facciata del locale da parte della società convenuta abbia intenzione di creare un ambiente simile ad un negozio in *franchising* della società attrice ed infine creare confusione nelle considerazioni dei consumatori. Sebbene i predetti simboli rotondi non siano strettamente uguali a quelli dei marchi registrati dall'attore, ad esempio, il disegno del marchio registrato dall'attore è una sirena invece quello del convenuto è una tazza di caffè inclinata, sono comunque identici le forme esterne e i colori tra il simbolo utilizzato dal convenuto e quello registrato dall'attore. Essendo un simbolo visivo, la forma esterna e colore spesso sono elementi decisivi per attrarre l'attenzione dei consumatori. Non avendo confrontato con i marchi registrati dell'attore, non sarà difficile per un consumatore comune avere idee confuse, senza prestare particolare attenzione. Considerando l'ambiente reale in cui viene utilizzato il predetto simbolo dal convenuto, si può ritenere che ci sia una somiglianza tra il predetto simbolo e la figura dei marchi registrati. La Corte, alla luce di quanto esposto, ritiene che il comportamento del convenuto nei confronti dell'attore abbia intergrato una violazione del diritto sui marchi registrati "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS (figura)".

Per quanto concerne la questione se l'utilizzo dell'espressione "优肯综合咖啡 Yukon Blend Coffee 30 元/杯" abbia violato il diritto del marchio "YUKON BLEND" dell'attore, la Corte ritiene che visto il predetto marchio è applicato su un prodotto a base di miscela di chicchi di caffè, e in base a quanto raccontato e in relazione alle confezioni di chicchi di caffè con il predetto marchio presentato dal convenuto, l'espressione "优肯综合咖啡 Yukon Blend Coffee 30 元/杯" utilizzata dal convenuto nel proprio menu, salve diverse prove, dovrebbe essere considerata l'intenzione di indicare ai consumatori l'origine del caffè offerto dal locale sia prodotto del marchio "YUKON BLEND" proveniente dalla società attrice o dalle società da essa autorizzate. Di conseguenza, l'utilizzo dell'espressione "优肯综合咖啡 Yukon Blend Coffee" da parte del convenuto all'interno del suo menù è finalizzato ad indicare la provenienza del caffè in vendita, è un utilizzo ragionevole del marchio dell'attore e, pertanto, non può essere considerato una sorta di violazione.

La società attrice ritiene che il fatto di mettere in esposizione una grande quantità di chicchi di caffè Xingbake in confezione all'interno dei due locali del convenuto, insieme al comportamento di violazione di diritto dei marchi, abbia commesso allo stesso tempo anche un reato di concorrenza sleale. In base a quanto ritenuto questa Corte, il fatto citato qui sopra è già stato considerato come fondamento per determinare che l'uso dell'espressione "Xingbake" come il nome della società abbia condotto facilmente il pubblico di riferimento in una confusione di riconoscimento, perciò la Corte non prenderà più in considerazione se il fatto sopra citato abbia commesso nello stesso tempo anche un reato di concorrenza sleale; per quanto concerne la questione se la violazione di diritto dei marchi da parte del convenuto abbia nello stesso tempo anche carattere di concorrenza sleale, la Corte ritiene che la richiesta di concorrenza sleale e quella di



violazione di diritto dei marchi avanzate dall'attore siano fondate sullo stesso comportamento commesso dal convenuto, tali richieste vanno confrontate e unite in una risposta. In questa causa, dopo che la richiesta di violazione di diritto dei marchi è stata soddisfatta in linea di principio, la Corte non prende più in considerazione la richiesta di concorrenza sleale. Inoltre, visto che le categoria dei marchi utilizzati dal convenuto sono uguali a quelle dei marchi registrati dalla società attrice, la notorietà dei marchi dell'attore non è la premessa per determinare il reato di violazione di diritti dei marchi, pertanto la Corte non discute né si pronuncia sulla notorietà dei marchi dell'attore.

L'attore sostiene che la sua perdita economica debba essere risarcita dalla società convenuta. Detta perdita economica composta da due parti, tra cui 500.000 RMB come profitto ottenuto dal convenuto attraverso la violazione di diritto e 400.000 RMB come spese sostenute dall'attore per far cessare il comportamento di violazione di diritto commesso dal convenuto, compresi compensi dei legali ed altre spese processuali. Durante la procedura di esperimento delle prove, questa Corte ha ordinato alla società convenuta di consegnare i libri contabili informandola delle conseguenze giuridiche della mancata esecuzione di detto ordine. Nondimeno, la società convenuta ha insistito nel non voler fornire quanto richiesto dalla Corte; ciò non ha consentito alla Corte di esaminare e verificare il profitto ottenuto dal convenuto attraverso la violazione del diritto. In base alle caratteristiche dei marchi dell'attore, al tempo e alla dimensione delle attività operative del convenuto, ai fatti della violazione commessi da parte del convenuto, alle spese sostenute per gli onorari dei legali ed altre spese giustificabili sostenute dall'attore per il procedimento, tenendo conto del fatto che la società convenuta ha rifiutato di fornire i suoi documenti contabili richiesti, la Corte, dopo aver ponderato tutti i fattori descritti qui sopra, ha deciso che la società convenuta risarcisca 500.000 RMB per la perdita economica subita dalla società attrice.

Ricapitolando, la società convenuta ha utilizzato il marchio "星巴克" (Xingbake) registrato dalla società attrice nella propria denominazione sociale, operando sulle stesse categorie in cui viene applicato il suddetto marchio, senza nessun autorizzazione della società attrice, come se non bastasse, la società convenuta ha inoltre utilizzato scritte e simboli uguali o simili ai marchi registrati dall'attore, conseguentemente ha violato i diritti di uso esclusivo dei marchi registrati dall'attore "星巴克", "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE", "FRAPPUCCINO" ecc. La società convenuta deve cessare immediatamente l'atto di violazione e risarcire la perdita economica subita dalla società attrice. A norma del primo comma dell' art. 1, nono comma dell'art. 2, art. 17 delle *Interpretazioni sulle problematiche applicative delle leggi concernenti l'istruzione delle cause civili in materia di marchio* e primo e quinto comma dell'art. 52, primo e secondo comma dell'art. 56 della *Legge marchi della R.P.C.*, la Corte pronuncia quanto segue:

1. la convenuta Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co. Ltd smetta di utilizzare "Xingbake" come denominazione sociale e proceda alla modifica del nome della società presso l'ufficio del registro dell'Amministrazione per l'Industria e il Commercio locale entro 10 giorni dalla data della presente sentenza;
2. la convenuta Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co. Ltd cessi di danneggiare il diritto di proprietà di marchio dell'attore Starbucks Corporation con seguenti denominazioni e disegni "Xingbake", "STARBUCKS", "STARBUCKS (figura)", "STARBUCKS COFFEE (figura)", "STARBUCKS COFFEE" e "FRAPPUCCINO";
3. condanna la società convenuta Qingdao Xingbake Coffee Food and Beverage Co. Ltd a risarcire 500.000 RMB alla società Starbucks Corporation entro 10 giorni dalla data in cui la presente sentenza diviene efficace;
4. sono respinte le altre richieste avanzate dalla società Starbucks Corporation.

Le spese processuali sono di 14.010 RMB, di cui 10.900 RMB a carico del convenuto e i restanti 3.110 RMB a carico della società Starbucks Corporation; la spesa per l'esperimento delle prove è di 3.000 RMB a carico del convenuto. La società convenuta dovrà, entro 10 giorni dal momento in cui la presente sentenza diviene efficace, corrispondere 13.900 RMB alla società Starbucks Corporation, in quanto quest'ultima ha preventivamente pagato la spesa complessiva di cui sopra.

L'attore e il convenuto potranno presentare il loro ricorso a questa Corte: il termine del ricorso per l'attore è di 30 giorni dal ricevimento della presente sentenza e per il convenuto è di 15 giorni dal ricevimento della presente sentenza. Il ricorso si rivolgerà alla Corte Superiore della Provincia di Shandong.

(omissis)

16 novembre 2005