

# **LAUDO TÉCNICO PERICIAL**

## **ENDEREÇOS:**

- 1. PJ CAFÉ (CINE CAFÉ & BISTRÔ)  
RUA DO CATETE, 311 - CATETE, RIO DE JANEIRO – RJ.**
- 2. SEVERIANO RIBEIRO DIVERSÕES E EMPREENDIMENTO LTDA.  
PRAÇA MAHTMA GANDHI, 2 / 3º ANDAR – CENTRO, RIO DE JANEIRO – RJ.**
- 3. PAPPА JACK PIZZARIA  
R. RAIMUNDO CORRÊA, 11 - COPACABANA, RIO DE JANEIRO – RJ.**
- 4. PAPPА JACK CAFÉ E BISTRÔ  
LE MONDE OFFICES / ED. HONG KONG – AVENIDA DAS AMÉRICAS,  
3500 – BARRA DA TIJUCA, RIO DE JANEIRO – RJ.**
- 5. PAPPА JACK CAFÉ E BISTRÔ  
O2 CORPORATE OFFICES – AVENIDA JOÃO CABRAL DE MELO NETO,  
200 – BARRA DA TIJUCA, RIO DE JANEIRO – RJ.**

**PROCESSO Nº: 0351281-55.2016.8.19.0001**

**Apuração de Haveres / Sociedade C/c Dissolução / Sociedade C/c Dano Material – Outros / Indenização por Dano Material C/c Dano Moral – Outros / Indenização por Dano Moral C/c Antecipação de tutela E/ou Obrigação de Fazer ou Não Fazer ou Dar**

**AUTORA: PAPPА JACK PIZZARIA LTDA. e outro(s)...**

**RÉ: PJ CAFÉ EIRELI e outro(s)...**

**PERITO: ALEXANDRE MARQUES PENALBER**

## SUMÁRIO

1.0 – INTRODUÇÃO.....	3
1.1) Considerações.....	3
1.2) Limitações de Responsabilidade.....	3
1.3) Breve narração dos fatos.....	3
2.0 – OBJETIVO.....	5
2.1) Metodologia e Diligência.....	6
2.1.1) Metodologia.....	6
2.1.2) Diligência.....	6
2.1.3) Responsáveis do Autor e do Réu.....	6
3.0 – PERICIA.....	7
3.1) Conjunto Imagem (“Trade Dress”) – Histórico e Conceito.....	7
3.2) Objeto de perícia – As lojas.....	11
3.2.1) Cine Café e Bistrô.....	11
3.2.2) Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimento Ltda.....	12
3.2.3) Pappa Jack Pizzaria – loja Copacabana.....	12
3.2.4) Pappa Jack Café e Bistrô – loja Barra da Tijuca / Le Monde Offices.....	13
3.2.5) Pappa Jack Pizzaria – loja Barra da Tijuca / O2 Corporate Offices.....	14
3.2.6) Considerações gerais.....	15
4.0 – Quesitos.....	18
4.1) Quesitos do Autor (fls 323/324).....	18
4.2) Quesitos do Réu (fls. 318/321).....	19
5.0 – Conclusão.....	22
6.0 – Encerramento.....	23
7.0 – RELATÓRIO FOTOGRÁFICO.....	24
ANEXO I – PROJETOS DAS LOJAS.....	37

## **1.0 – INTRODUÇÃO.**

O presente laudo pericial aborda os fatos narrados, bem como os quesitos encaminhados pelas partes, referentes ao processo 0351281-55.2016.8.19.0001, datado de 04/10/2016 e realizado por solicitação da Exmo. Sr. Dr. Paulo Assed Estefan, Juiz de Direito da 4ª Vara Empresarial da Comarca da Capital do Rio de Janeiro.

### **1.1) Considerações.**

O Laudo Pericial observou criteriosamente os seguintes princípios fundamentais:

- O Laudo Pericial foi elaborado com estrita observância dos postulados constantes do Código de Ética Profissional do CONFEA.

- Os honorários profissionais do Perito não estão, de forma alguma, sujeitos às conclusões deste laudo;

- O Perito não tem nenhuma inclinação pessoal em relação à matéria envolvida neste laudo, nem contempla, tanto no momento atual, quanto no futuro, qualquer interesse nos bens relativos a esta perícia;

- No melhor conhecimento e crédito do Perito, as análises, opiniões e conclusões expressadas no presente trabalho são baseadas em dados, diligências e levantamentos verdadeiros e corretos, de acordo com os padrões normalmente aceitos.

### **1.2) Limitações de Responsabilidade.**

Para elaboração deste Laudo Pericial, o Perito do Juízo utilizou de informações e dados fornecidos pelas partes Autora e Ré, fornecidos verbalmente ou por escrito.

Desta forma, este Perito adota como premissa que os dados e informações obtidos são verdadeiros, eximindo-se de qualquer relação quanto a sua veracidade

### **1.3) Breve narração dos fatos.**

Em sua inicial a Autora informa ser pessoa jurídica com atuação voltada ao seguimento alimentício, titular da marca “**PAPPA JACK**”, registrada junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) sob o n.º 840234880.

Informa ainda que a marca “**PAPPA JACK**” é a representação simbólica de sua sociedade atuando como pizzaria de “reconhecido sucesso” (fl.4) na cidade com lojas nos bairros da Barra da Tijuca e Copacabana.

Afirma que em virtude do sucesso da marca que no início do ano de 2013, associaram-se as partes Autora e Ré, em proporção fidedigna de 50% (cinquenta por cento) para cada, com o fito de iniciar a operação de um restaurante chamado "**PAPPA JACK EXPRESS**" situado à Galeria Edifício São Luiz, localizada na Rua do Catete, 311, de propriedade da parte Ré.

Alega também que a empreitada envolvia a união da marca "**PAPPA JACK**" com "**GENEAL**", visando proporcionar ao público da galeria uma lanchonete de lanches em geral.

Informa que a sociedade tinha uma informal divisão de tarefas e despesas, sendo que logo após o início das atividades, as partes já vinham enfrentando "diferenças e desencontros na forma de empreender" (fl.6), o que veio a resultar na quebra da sociedade firmada.

Alega que após o rompimento da sociedade, a parte Ré não se posicionou sobre o fim do uso da identidade visual da marca de propriedade do Autor, a qual seria imediatamente retirada do negócio a partir da dissolução da firma.

Aduz que o rompimento acabou sendo muito danoso aos Autores, tendo em vista que a loja passou a funcionar usando uma nova marca denominada "**CINE BISTRÔ**", porém tirando proveito de toda a identidade visual, produtos e, por um determinado período, do letreiro com a marca "**PAPPA JACK**".

Finaliza entendendo que houve a violação do conjunto imagem e à utilização indevida do "know-how" por parte da parte Ré sobre a propriedade intelectual da parte Autora e requer assim a este Douto Juízo:

- Que a demandada se abstenha definitivamente de utilizar em seu estabelecimento quaisquer elementos que reproduzam ou imitem indevidamente a configuração visual dos estabelecimentos dos Autores, sob pena de multa diária no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais);
- A indenizar os Autores pelos danos materiais sofridos, cujo montante deverá ser apurado em sede de liquidação de sentença, de acordo com um dos critérios previstos no artigo 210 da Lei 9.279/96, que se revele, no momento da execução, mais favorável aos Autores;
- A indenizar os Autores por danos morais, em quantum sugerido de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) ou valor a ser

ponderadamente arbitrado em sentença, de acordo com as peculiaridades do caso concreto;

Por sua vez a parte Ré informa em sua contestação que as partes conversaram “por diversos meses” (fl.136) sobre a possibilidade de criarem uma pizzeria no Catete, localizada na Galeria São Luiz.

Informa ainda que o Réu, Sr. André Baez, assumiu em 01/12/2012 a locação das lojas 110 e “J” em nome de uma de suas empresas sem a participação do Autor, Sr. Alberto Chreem. Posteriormente esta locação foi transferida para a empresa “**PJ CAFÉ**” também de propriedade exclusiva do Réu.

Em agosto de 2013, a “**PJ CAFÉ**” firmou locação com o grupo Severiano Ribeiro locando área na Galeria São Luiz instalando um quiosque destinado a venda de cachorros quentes da marca “**GENEAL**”.

Aduz a parte Ré que em nenhum dos dois negócios a parte Autora teve participação. Informou ainda que, sob orientação do seu advogado, procedeu levantamento “do nome” (fl. 137) do Sr. Alberto Chreem, com o fito de verificar se existiam pendências contra ele.

Após essa consulta, decidiu não abrir a sociedade com o Sr. Alberto Chreem, uma vez que haviam sido verificadas pendências listadas a fls.137/138 no nome do Autor. Desta forma, segundo o entendimento da parte Ré e seu advogado, não seria aconselhável a criação da sociedade.

A parte Ré informa que teve a idéia então de abrir um café temático voltado para o cinema, utilizando fotos de artistas consagrados para decorar a loja e firmando um convênio com o Cinema São Luiz ofertando ao expectador do filme um desconto de 10% (dez por cento) na consumação da loja.

Alega ainda a parte Ré que nunca houve a sociedade de fato e sim a intenção de constitui-la, o que não ocorreu devido aos problemas encontrados na consulta feita pelo advogado da parte Ré do nome do Sr. Alberto Chreem.

Finaliza entendendo que não houve qualquer usurpação de marca, identidade visual ou “trade dress” por parte do Réu e que o Autor não trouxe aos autos do processo qualquer prova de utilização exclusiva do “trade dress” que pretende proteger.

## **2.0 – OBJETIVO.**

O presente trabalho visa relatar de forma sintetizada os procedimentos da perícia realizada nas lojas do PJ Café (CINE Café & Bistrô) e Pizzarias Pappa Jack.

Este perito tem por objetivo, apresentar:

- a) Se ocorreu utilização indevida do “trade dress” (fl.297);
- b) Respostas aos quesitos;
- c) Considerações gerais.

## **2.1) Metodologia e Diligência.**

Os trabalhos para a elaboração do presente laudo implicaram nos seguintes procedimentos técnicos:

### **2.1.1) Metodologia.**

Esta perícia adotou como metodologia de análise:

- a) Análise processual.
- b) Documentos de referência:
- c) Vistoria técnica.
- d) Consolidação dos dados e análise.
- e) Parecer técnico.

### **2.1.2) Diligência.**

A prova pericial foi realizada no dia 11/10/2018, às 09:00h, nos endereços dos imóveis das partes Autora e Réu informado nos autos do processo e situados a: **Rua do Catete, 311 - Catete, Rio de Janeiro – RJ, Praça Mahtma Gandhi, 2 / 3º andar – Centro, Rio de Janeiro – RJ (10:00h), Rua Raimundo Corrêa, 11 - Copacabana, Rio de Janeiro – RJ (11:30h), Le Monde Offices, Edifício Hong Kong – Avenida das Américas, 3500 – Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ (12:30h) e O2 Corporate Offices – Avenida João Cabral de Melo Neto, 200 – Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ (13:30h).**

### **2.1.3) Responsáveis do Autor e do Réu.**

Pela parte Autora, acompanharam a prova pericial a Dra. Monalisa Guimarães Gagno e a Dra. Lilian Deise da Silva Marques, respectivamente advogada e assistente técnica, que franquearam o acesso as lojas do Autor.

Por sua vez, pela parte Ré, acompanharam a prova pericial os Srs. André Severiano Ribeiro Baez e Dr. Carlos Abrantes de Souza e Silva, respectivamente Réu e assistente técnico, franqueando acesso a loja do Réu e escritório comercial da família.

Ressalta-se que a parte Autora não acompanhou integralmente a realização da prova pericial, uma vez que os representantes da parte Autora optaram de não acompanhar a diligência até o escritório da família do Réu.

O Sr. André Severiano Ribeiro Baez acompanhou apenas a prova pericial em sua loja e no escritório de sua família, optando por deixar o seu representante (Sr. Assistente Técnico) para acompanhar a diligência nas lojas da parte Autora.

### **3.0 – PERICIA.**

A partir das vistorias nas lojas envolvidas na lide foram levantadas as seguintes informações, acompanhados das respectivas análises e diagnósticos, conforme segue.

#### **3.1) Conjunto Imagem (“Trade Dress”) – Histórico e Conceito.**

A origem da discussão sobre o conjunto imagem de uma marca (“trade-dress”) iniciou-se nos Estados Unidos. Lá adota-se o sistema declarativo de registro de marcas, tendo-o como base a noção de invólucro ou vestimenta de um produto ou serviço e conferindo assim uma proteção a elas.

Conferia ainda proteção a embalagens de produtos que houvessem ganhado distintividade em razão de seu uso prolongado ou por apresentarem a sua própria.

Depois de longos debates sobre o assunto, chegou-se a definição atual, mais abrangente de imagem “total” de um produto, considerando características como: tamanho, forma, cor ou combinação de cores, textura, tipo de fontes gráficas e características particulares de vendas.

Aqui no Brasil, o sistema declarativo de marcas consiste quando uma empresa solicita o registro de uma marca no Instituto Nacional de Patentes Industriais (INPI).

A definição no direito brasileiro não diferencia muito da americana, registrando-se aqui o Acórdão 0090918-04.2007.8.19.0001 transcrito abaixo:

*"Conjunto de características, que podem incluir, entre outras, uma cor ou esquema de cores, forma, embalagem, configuração do produto, sinais, frases, disposição, estilização e tamanho de letras, gráficos, desenhos, emblemas, brasões, texturas e enfeites ou ornamentos em geral, capazes de identificar determinado produto e diferenciá-lo dos demais"*

*(TJRJ, Ac 0090918-04.2007.8.19.0001. Décima Segunda Câmara Cível, Des. Lucia Miguel S. Lima. 27/01/2009)*

Desta forma, entende-se que o termo “trade dress” é utilizado para designar o conjunto de características de um produto ou serviço. A maneira pela qual ele é apresentado pela empresa ao seu mercado consumidor.

A aparência diferenciada permite aos consumidores identificar de que produto ou serviço se trata.

Na legislação brasileira não existem dispositivos específicos que protejam o conjunto-imagem ou identidade visual das empresas. A proteção é feita baseada na repressão à concorrência desleal, prevista na Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996, QUE REGULA DIREITOS E OBRIGAÇÕES RELATIVOS À PROPRIEDADE INDUSTRIAL no TÍTULO V, DOS CRIMES CONTRA A PROPRIEDADE INDUSTRIAL – CAPÍTULO III, DOS CRIMES CONTRA AS MARCAS, em seu Art. 189:

Art. 189. Comete crime contra registro de marca quem:

I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; ou

II - altera marca registrada de outrem já aposta em produto colocado no mercado.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 190. Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque:

I - produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, de outrem, no todo ou em parte; ou

II - produto de sua indústria ou comércio, contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

O Art. 191 do CAPÍTULO IV, DOS CRIMES COMETIDOS POR MEIO DE MARCA, TÍTULO DE ESTABELECIMENTO E SINAL DE PROPAGANDA, estabelece ainda:

Art. 191. Reproduzir ou imitar, de modo que possa induzir em erro ou confusão, armas, brasões ou distintivos oficiais nacionais, estrangeiros ou internacionais, sem a necessária autorização, no todo ou em parte, em marca, título de estabelecimento, nome comercial, insígnia ou sinal de propaganda, ou usar essas reproduções ou imitações com fins econômicos.



Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

Parágrafo único. Incorre na mesma pena quem vende ou expõe ou oferece à venda produtos assinalados com essas marcas.

O Art. 195 do CAPÍTULO VI, DOS CRIMES DE CONCORRÊNCIA DESLEAL determina quando ocorre a concorrência desleal:

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem;

II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem;

III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;

IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos;

V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências;

VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento;

VII - atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve;

VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave;

IX - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem;

X - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador;

XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato;

XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude; ou

XIII - vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto de patente depositada, ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial, como depositado ou patenteado, ou registrado, sem o ser;

XIV - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

§ 1º Inclui-se nas hipóteses a que se referem os incisos XI e XII o empregador, sócio ou administrador da empresa, que incorrer nas tipificações estabelecidas nos mencionados dispositivos.

§ 2º O disposto no inciso XIV não se aplica quanto à divulgação por órgão governamental competente para autorizar a comercialização de produto, quando necessário para proteger o público.

Ainda assim, em alguns casos, o “trade dress” pode ser registrado como marca no Instituto Nacional de Patentes Industriais (INPI), sendo vedado o registro de formas necessárias, comuns ou vulgares do produto, conforme disposto no Art. 124, XXI da Lei Patentes Industriais (LPI).

Para que seja possível analisar o risco de confusão entre marcas, é necessário verificar qual “trade dress” estaria sendo imitado e se ele apresenta suficiente distintividade, para ser assim passível de proteção.

Em qualquer um dos casos, é importante que a apresentação visual que assinala um produto/serviço permita que o consumidor consiga diferenciá-la das outras apresentações visuais que assinalam os demais produtos/serviços concorrentes.

### **3.2) Objeto de perícia – As lojas.**

De acordo com informações da Dra. Lilian Deise da Silva Marques, Assistente Técnica da parte autora, os projetos de arquitetura de todas as lojas objetos desta perícia foram desenvolvidos por ela, sendo a realização do pagamento pelos serviços prestados, executada pelo Sr. Alberto Chreem, autor da ação.

Ainda conforme informação da Sra. Assistente Técnica, nenhum mobiliário, item de comunicação visual ou projeto de arquitetura/design foi registrado junto ao Instituto Nacional de Patentes Industriais (INPI). A empresa também não possui manual de identidade visual, adotado para padronizar, demonstrar e determinar a correta aplicação da marca em diferentes plataformas (gráfica, internet, etc.).

#### **3.2.1) Cine Café e Bistrô.**

Trata-se de imóvel comercial destinado a venda de bebidas, lanches e pequenas refeições, localizado na Galeria São Luiz, no bairro do Catete, Rio de Janeiro (RJ).

O ambiente é fechado e climatizado, possui iluminação artificial com luminárias de sobrepor nas paredes e teto, piso de cerâmica da cor bege, paredes de alvenaria possuindo “roda meio” em madeira em todo o seu perímetro, bancada para atendimento revestida também em madeira e com alguns ladrilhos hidráulicos assentados e forro de gesso.

É composto de salão e balcão para atendimento aos clientes, cozinha para preparo dos produtos e varanda também destinada ao atendimento aos clientes.

Na área de atendimento aos clientes estão localizadas mesas de madeira, algumas de formato circulares e outras retangulares. As cadeiras também são de madeira. O tema (“motivo”) do restaurante é cinema, possuindo o salão de atendimento aos clientes diversos quadros com fotos de artistas e filmes antigos.

A fachada externa possui letreiro com revestimento de madeira com a marca do estabelecimento instalada com letras em alto relevo nas cores vermelho, preto e branco. Internamente, na parede interna localizada logo após a entrada a loja, também está instalado um revestimento de madeira com a logomarca do restaurante instalada.

Existe a predominância da cor vermelha no ambiente, principalmente na parte central do roda meio instalado e na parede localizada atrás do balcão de atendimento.

Na loja também é amplamente utilizado revestimentos em madeira, tanto no balcão de atendimento quanto nas paredes internas. Na varanda o piso é em madeira, a parede possui revestimento metade em madeira e metade em vidro. O teto tem acabamento em forro de gesso pintado de preto. Nesse trecho da loja, essa composição obedece a um padrão determinado pelo condomínio da galeria, tendo em vista que as outras lojas também fazem uso do mesmo tipo de acabamento.

O cardápio apresentado é do tipo folder dobrado por três vezes e impresso em frente e verso. Possui cor bege, que aliada a diagramação e fontes utilizadas, proporciona fácil leitura aos clientes. Possui design simples utilizando fontes encontradas corriqueiramente em programas de edição gráfica amplamente vendidos no mercado.

Todo os materiais utilizados no acabamento da loja são facilmente encontrados em lojas de material de construção e/ou decoração.

### **3.2.2) Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimento Ltda.**

A fim de responder ao **quesito 8** (fl.319), formulado pela parte Ré, este Perito realizou a diligência à sede da empresa Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimento Ltda, situada à Praça Mahtma Gandhi, 2 / 3º andar – Centro, Rio de Janeiro – RJ.

Na diligência foi constatada a utilização de painéis de madeira como acabamento nos corredores, salas de trabalho e na sala de reunião da sede da empresa.

### **3.2.3) Pappa Jack Pizzaria – loja Copacabana.**

Trata-se de loja de rua, tipo imóvel comercial, destinado a venda de bebidas, lanches, refeições e pizzas, localizado na Rua Raimundo Corrêa, 11 - Copacabana, Rio de Janeiro – RJ.

O ambiente é fechado e climatizado, possui iluminação artificial com luminárias de embutir, sobrepor e um grande lustre no centro da loja. O piso instalado na parte central é cerâmico modelo “xadrez” e porcelanato esmaltado com estampa tipo madeira nas laterais da parte interna do salão da loja.

As paredes são de alvenaria sendo uma revestida com tijolos sem acabamento e as demais com pintura látex. Os pilares centrais localizados no centro do salão possuem roda meio de madeira e são pintados na cor vermelha. Nos fundos da loja está instalada a bancada para atendimento revestida em madeira, com as paredes atrás pintadas na cor vermelha. O forro é de gesso.

É composto de salão para atendimento aos clientes, e balcão e cozinha para preparo dos produtos. A decoração do restaurante é composta de espelhos, quadros com imagens de xícaras de cafés e garrafas de vinho em quadros instalados nas paredes do estabelecimento.

As mesas que compõem a área de atendimento são de madeira, em sua grande maioria retangulares. Existem duas mesas maiores em formato circular instaladas. As cadeiras também são de madeira.

Na área externa, avançando sobre o passeio público, está instalado um tablado de madeira, onde estão localizadas mais mesas em padrão similar ao encontrado no interior da loja.

A fachada externa possui letreiro em policarbonato com a marca do estabelecimento instalada com letras em alto relevo na cor vermelho instalada sobre parede de alvenaria com acabamento em tijolo.

Assim como a loja da parte Ré localizada no Catete, existe a predominância da cor vermelha no restaurante de Copacabana, notadamente nos pilares localizados na parte central do salão e nas paredes atrás do balcão de preparo de produtos.

Da mesma forma, na loja também é amplamente utilizado revestimentos em madeira, tanto no balcão de atendimento quanto nas paredes internas.

O cardápio é do tipo encadernado com espiral e impresso em frente e verso. Possui cor preta de fundo e fonte em cor branca.

### **3.2.4) Pappa Jack Café e Bistrô – loja Barra da Tijuca / Le Monde Offices.**

Trata-se de tipo imóvel comercial, localizado em condomínio de edifício de mesma finalidade, destinado a venda de bebidas, lanches e pequenas refeições localizado na Avenida das Américas, 3500 – Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ.

O ambiente é fechado e climatizado, possui iluminação artificial com luminárias de embutir, sobrepor e um grande lustre no acesso a loja. O piso instalado é do tipo cerâmico na cor bege.

As paredes são de alvenaria sendo uma revestida com papel de parede e as demais com pintura látex. Nos fundos da loja está instalada a bancada para atendimento revestida em madeira, com as paredes atrás pintadas na cor vermelha. O forro é de gesso.

É composto de salão para atendimento aos clientes, e balcão e cozinha para preparo dos produtos. Da mesma forma que a loja de Copacabana, a decoração do restaurante é composta de espelhos, quadros com imagens de xícaras de cafés e garrafas de vinho em quadros instalados nas paredes do estabelecimento.

As mesas que compõem a área de atendimento são de madeira, em sua grande maioria retangulares. As cadeiras também são de madeira.

Na área externa, na área de uso comum do condomínio estão localizadas mais mesas de formato circular, contidas numa área delimitada por jardineiras de madeira.

A fachada externa possui letreiro tipo bandeira sem iluminação, com a marca do estabelecimento instalada com letras em alto relevo na cor vermelha. Ao entrar na loja, encontra-se uma parede revestida com madeiramento, com a logomarca da loja instalada com o mesmo padrão do letreiro externo.

Ao contrário da loja da parte Ré localizada no Catete e a do Autor em Copacabana, nessa loja não existe predominância da cor vermelha no ambiente, sendo mais utilizado os revestimentos em madeira, tanto no balcão, quanto nas paredes internas.

O cardápio é do tipo folheto em formato A4 e impresso em frente e verso. Possui cor preta de fundo e fonte em cor branca de um lado e no verso invertido com a cor branca de fundo com fonte na cor preta. Proporciona fácil leitura aos clientes.

### **3.2.5) Pappa Jack Pizzaria – loja Barra da Tijuca / O2 Corporate Offices.**

Trata-se de tipo imóvel comercial, localizado em condomínio de edifício de mesma finalidade, destinado a venda de bebidas, lanches e refeições localizado na Avenida João Cabral de Melo Neto, 200 – Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ.

O ambiente é fechado e climatizado, possui iluminação artificial com luminárias de embutir e de sobrepor atrás do balcão de atendimento. O piso instalado é do tipo cerâmico na cor bege, com pequenos trechos com paginação com ladrilhos hidráulicos.

As paredes são de alvenaria com acabamento em pintura látex. A parede em frente ao acesso da loja é pintada na cor vermelha. Nos fundos da loja está instalada a bancada para atendimento revestida em madeira, com

ladrilho hidráulico instalado. Na parede situada atrás e acima deste balcão de atendimento foi instalado revestimento em madeira encontra-se a logomarca da loja em chapa de Medium Density Fiberboard (MDF).

O forro é de gesso. Em nível abaixo deste forro, na parte central do salão de atendimento aos clientes da loja, dos fundos até a porta de acesso foi instalado um rebaixamento de madeira.

A loja é composta de salão para atendimento aos clientes, e balcão e cozinha para preparo dos produtos. Da mesma forma que a loja de Copacabana e a do Condomínio Le Monde, a decoração do restaurante é composta de quadros com espelhos, imagens de xícaras de cafés e garrafas de vinho em quadros instalados nas paredes do estabelecimento.

As mesas que compõem a área de atendimento são de madeira retangulares. As cadeiras também são de madeira.

Na área externa, de uso comum do condomínio, estão localizadas mais mesas retangulares com padrão diferente às instaladas na área interna da loja. Estes móveis possuem a logomarca instalada com o objetivo de identificar o mobiliário de cada loja que utilizam a área de uso comum, não se tratando de projeto exclusivo contratado pela empresa.

A fachada externa possui letreiro sem iluminação, com a marca do estabelecimento instalada com letras de MDF em alto relevo na cor vermelha instalada sobre revestimento de madeira instalado na parede.

Existe predominância da cor vermelha no ambiente, sendo mais utilizado os revestimentos em madeira, tanto no balcão, quanto nas paredes internas.

O cardápio é do tipo folheto em formato A4 e impresso em frente e verso de padrão diferente das demais lojas da rede, utilizando padrão gráfico com acabamento de fundo em tijolo com fontes de cores diferentes contrastando com essa imagem. Proporciona fácil leitura aos clientes.

### **3.2.6) Considerações gerais.**

Não resta dúvidas que os projetos das lojas PJ Café e Bistrô, Pappa Jack Café e Bistrô (Le Monde) e Pappa Jack Café e Bistrô (02 Offices) se assemelham, tendo o mesmo conceito arquitetônico, com a utilização de materiais de acabamento (painéis de madeira, azulejos, pisos, pintura, forros, etc.), cores e mobiliários similares (mesas, cadeiras e balcão).

Houve uma predominância na utilização de cores quentes, em especial a vermelha. Esta cor remete ao desejo e impulso, que ativa a circulação e estimula o sistema nervoso. Para aproximar os clientes de um clima mais intimista e sedutor, o vermelho é uma das cores ideais para restaurantes e

empresas de “**fast-food**” ou negócios que envolvam velocidade e ação (consumo por impulso).

É comum diversas empresas que atuam no setor alimentício a utilização desta cor nas paredes, na mobília e nos elementos decorativos de suas lojas. A título de exemplo, podemos citar como empresas que utilizam esse tipo de estratégia a rede Mc Donald’s, Bob’s, Spollete, Pizza Hut, KFC, Mister Pizza e Habib’s.

Os projetos foram desenvolvidos pelo mesmo escritório de arquitetura que optou por manter o padrão das lojas, o que resultou nessa similaridade entre os estabelecimentos.

Todavia, os materiais e mobiliários utilizados são facilmente encontrados a venda em lojas comerciais, não havendo exclusividade de utilização. Qualquer comerciante que queira fazer uso dos materiais em seus estabelecimentos, consegue adquiri-los sem maiores esforços. Os estabelecimentos comerciais se assemelham entre si, assim como diversos outros em funcionamento na Cidade do Rio de Janeiro.

Ressalta-se aqui que a análise e conclusão aqui reportada não é sobre a qualidade do projeto de arquitetura, nem tampouco uma crítica a ele. A análise e conclusão será sobre se houve utilização indevida do conjunto imagem (“trade-dress”) das lojas do Autor por parte do Réu.

Além da análise exclusiva do projeto de arquitetura, para verificar se houve a concorrência desleal, pela violação do “trade dress”, objeto desta perícia, realiza-se a comparação externa dos aspectos ornamentais do produto ou a forma de sua apresentação, levando em **conta o potencial risco de confusão dos consumidores.**

Na maioria dos casos, esse potencial risco de confusão dos consumidores se dá quando é comprovada a fama de uma empresa e a intenção da outra é em “pegar carona” nos produtos/serviços da líder ou da mais destacada em um determinado mercado.

Desta forma, para caracterizar a existência de ocorrência de utilização indevida do “trade dress”, é necessário que a ida de clientes para a loja PJ Café e Bistrô se desse com o intuito de consumir produtos e serviços ofertados pela loja Pappa Jack Café e Bistrô.

Na análise dos cardápios apresentados não são encontrados produtos exclusivos ou de qualidade renomada nas lojas Pappa Jack que os coloquem como referência no mercado de cafés e bistrôs da cidade do Rio de Janeiro. São ofertados nas duas lojas produtos que podem ser consumidos em qualquer outra cafeteria ou bistrô da cidade.



Também não foram encontrados anúncios de publicidade em meios de comunicação que reforcem a marca Pappa Jack junto ao público consumidor. A ausência desse tipo de investimento mitiga o risco do consumidor de ser enganado procurando produtos e serviços existentes em lojas Pappa Jack nos seus concorrentes, em especial o PJ Café.

Outro ponto a ser levado em consideração é a distância entre os estabelecimentos comerciais. A loja PJ Café e Bistrô fica localizada na Rua do Catete, enquanto as lojas Pappa Jack são localizadas na Barra da Tijuca, distantes 26,2 km (loja O2 Offices) e 23,5 km (loja Le Monde) da loja da parte Ré.

As lojas apresentam o mesmo conceito de arquitetura, porém, no que se refere a identidade visual, cada estabelecimento possui seu próprio padrão com estilos de cardápio distintos e mobiliários comumente encontrados a venda em lojas de móveis.

Em resumo, para caracterização de violação do “trade dress” da lide em questão, é necessário que os clientes se dirigissem a loja PJ Café e Bistrô, localizada no Catete, com o intuito de consumir produtos ou serviços que são comercializados nas lojas Pappa Jack, situadas na Barra da Tijuca.

Estes consumidores estariam à procura da “experiência” de consumir produtos/serviços oferecidos pelas lojas Pappa Jack, bem como desfrutar da loja e instalações da empresa.

O fato de a empresa não possui manual de identidade visual dificulta ainda mais a padronização da utilização da marca, dificultando a percepção do consumidor e assimilação do conceito de serviço a ser oferecido. Os funcionários das lojas possuem padrões de uniformes diferentes, o que enfraquece ainda mais a consolidação da marca junto ao público consumidor.

O que foi verificado durante a prova pericial é que nos restaurantes Pappa Jack situados na Barra da Tijuca (Le Monde e O2), o público consumidor era formado por pessoas que trabalhavam nos condomínios comerciais e utilizavam estes estabelecimentos principalmente para realização de refeições durante seu expediente de trabalho.

Já na loja de Copacabana, apesar de ofertar em seu cardápio refeições comerciais, verifica-se que o público consumidor voltado ao lazer.

Analisando os fatores que compõem a questão, a saber: conceito arquitetônico das lojas, identidade visual, produtos ofertados, distância entre lojas e publicidade da marca, conclui-se que não houve a violação de “trade dress” pelo Réu.

De acordo com informações da Sra. Assistente Técnica da parte Autora, a obra foi contratada junto ao seu escritório pelo Autor. O projeto desenvolvido obedeceu ao padrão das lojas Pappa Jack.

Com o término da parceria pelas partes, o Réu utilizou-se da obra já realizada, manteve o padrão construído e instalou a marca Cine Café e Bistrô.

O que houve na lide em questão não foi uma violação de “trade dress” por parte do Réu, que abrange um conceito muito mais amplo de marca, e sim o aproveitamento de um projeto de arquitetura realizado pelo escritório de arquitetura contratado pela parte Autora.

Todas as áreas dos imóveis vistoriados foram disponibilizadas para a realização das atividades pelos respectivos proprietários. Foram realizados registros fotográficos que podem ser vistos no **RELATÓRIO FOTOGRÁFICO** a fim ilustrar a descrição dos imóveis, mobiliários e comunicação visual aqui feita.

Os projetos das lojas visitadas durante a realização da prova pericial foram encaminhados pela Dra. Lilian Deise da Silva Marques, via correio eletrônico e estão disponíveis para consulta no **ANEXO I** do presente Laudo Pericial.

#### **4.0 – QUESITOS.**

Os seguintes quesitos foram encaminhados pelas partes, acostados ao processo e respondidos nos subitens abaixo.

##### **4.1) Quesitos do Autor (fls 323/324).**

1 – Se o visual do estabelecimento da PJ Café – Eireli (CINE Café & Bistrô), se assemelha ao visual das lojas Pappa Jack;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

2 – Informar se o letreiro com a marca Pappa Jack – Café & Bistrô da foto (tirada em 2014) constante na página 7 da inicial está colocado na mesma fachada da loja da Galeria São Luiz, onde atualmente funciona o CINE Café & Bistrô;

**Resposta: Pela afirmativa.**

3 - Se a marcenaria usada nas paredes e letreiro do CINE Café & Bistrô é idêntica às da Pappa Jack;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

4 - Se os móveis (cadeiras, mesas, balcão) utilizados no CINE Café & Bistrô, são semelhantes às da loja Pappa Jack;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

5 - Se os azulejos utilizados na decoração do CINE Café & Bistrô, são idênticos aos utilizados na decoração das lojas Pappa Jack;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

6 – Se o consumidor ao ingressar no CINE Café & Bistrô, pode acreditar que estaria ingressando em mais uma das franquias do Pappa Jack existentes na cidade, tal é a sua semelhança com as mesmas;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

Finalmente, protesta pela apresentação de quesitos suplementares na forma do art. 469, do Código de Processo Civil.

**Resposta: Não há nada a acrescentar ao que já foi dito.**

#### **4.2) Quesitos do Réu (fls. 318/321).**

1) Descrever o estabelecimento PJ Café – Eireli, situado na Galeria São Luiz, discriminando seus principais elementos arquitetônicos, especialmente, utilizados nos revestimentos de piso, parede e teto, bem como adornos e mobiliário que possam ser considerados no âmbito de “trade dress”;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.1) Cine Café e Bistrô.**

2) Informar se é comum restaurantes, lanchonetes e cafés utilizarem as ditas “cores quentes” em sua composição arquitetônica de interior, tais como vermelho, ocre, laranja, cor de tijolo, dentre outras;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

3) Em caso de resposta positiva ao quesito anterior, queira o Dr. Perito do Juízo informar por qual motivo é comum restaurantes, lanchonetes e cafés utilizarem as ditas “cores quentes” em sua composição arquitetônica de interior;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

4) Informar se é comum o emprego de mesas, cadeiras, balcões e painéis de madeira em restaurantes e cafés;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

5) Caracterizar “ladrilho hidráulico”;

**Resposta: A fim de responder esse quesito adotar-se-á a definição do Professor Alberto de Campos Borges em sua obra “Prática das Pequenas**

Construções” – Editora Blucher, p.231/232, sobre esse tipo de revestimento cerâmico:

**Ladrilho hidráulico:**

São constituídos basicamente de cimento e areia e trabalhado em formas e prensas. A argamassa de cimento e areia são acrescentados os corantes requeridos para a formação dos desenhos variados. (...) As cores serão tantas quantos forem os corantes que possam ser utilizados; por isso vê que a variação é muito grande.

São geralmente fabricados em quadrados de 20 cm de lado, e com peças acessórias apresentam a faixa e o rodapé. A faixa é também um ladrilho de 20 x 20 cm, com desenho diverso do comum e que desempenha o papel de dar terminações no encontro do piso com as paredes laterais.

Quando os ladrilhos apresentam ornatos especiais; a faixa é também feita de modo a dar a ideia de uma moldura ao desenho.

O ladrilho é fabricado com uma espessura que varia entre 1,5 e 2 cm, enquanto o corante penetra cerca de 3mm, e nos de melhor qualidade até 5 mm.

6) Informar se há vários restaurantes, lanchonetes ou cafés situados na cidade do Rio de Janeiro que utilizam como revestimento os ditos “ladrilhos hidráulicos” ou azulejos e pisos que os “mimetizem”, especialmente assemelhados nas suas estampas coloridas;

**Resposta: Pela afirmativa.**

7) Informar se há vários restaurantes e/ou estabelecimentos comerciais que utilizam o painel de madeiramento tanto em seus letreiros como em seu interior,

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.6) Considerações Gerais.**

8) Informar se na sede da empresa Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimento Ltda, localizada na Praça Mahatma Gandhi, nº 2, 3º andar, Centro – RJ (da qual o 2º Réu é Administrador), bem como em inúmeros cinemas

da rede Klnoplex (notadamente as unidades de Madureira, Fashion Mall, Shopping Leblon, Rio Sul e São Luiz) e na própria composição da Galeria São Luiz, também de propriedade da Família Severiano Ribeiro, da qual o 2º Réu pertence, já era utilizado o painel de madeiramento em sua composição arquitetônica, tal como no letreiro do estabelecimento Réu;

**Resposta: Atendido no item 3.0) Perícia e subitem 3.2.2) Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimento Ltda.**

9) Informar, ainda, se o painel de madeiramento no letreiro seria uma marca registrada do estabelecimento autor Pappa Jack Pizzaria, presente em todas as suas lojas;

**Resposta: Pela negativa.**

10) Informar, se na inicial dos autores, são indicados, obviamente, itens arquitetônicos ou de comunicação visual, além do nome, que supostamente pudessem caracterizar o restaurante Pappa Jack, pela exclusividade estética, mormente, na concepção da forma, cor e textura, tais como: piso, forro, bancada, mesa, cadeira, dentre outros, especial e exclusivamente projetados para a empresa a Autora;

**Resposta: Pela negativa.**

11) Informar, se na inicial dos autores, são indicados quais itens que supostamente pudessem, exclusivamente, caracterizar o restaurante Pappa Jack, exemplificados no quesito anterior, que porventura teriam sido utilizados ou copiados no restaurante PJ Café – Eireli (nome fantasia Cine – Café e Bistrô);

**Resposta: Pela negativa.**

12) Informar se há elementos arquitetônicos (tais como: revestimentos, cadeiras e painéis etc.) projetados e patenteados exclusivamente para uso ou sob encomenda do Restaurante Pappa Jack;

**Resposta: De acordo com informação da Dra. Lilian Deise da Silva Marques, assistente técnica da parte Ré e autora dos projetos de arquitetura das lojas vistoriadas, obtida por este Perito no dia da prova pericial, não existem elementos arquitetônicos projetados e patenteados exclusivamente para uso ou sob encomenda do Restaurante Pappa Jack.**

13) Na resposta de positiva a resposta ao quesito anterior, queira o Dr. Perito do Juízo informar o nome do arquiteto, escritório de arquitetura ou design, bem como, se há o respectivo Registro de Responsabilidade Técnico recolhido no respectivo Conselho de Arquitetura e Urbanismo – CAU;

**Resposta: Quesito prejudicado.**

14) Na hipótese de positiva a resposta ao quesito no 12, queira o Dr. Perito do Juízo informar se tais elementos arquitetônicos projetados e patenteados exclusivamente para os autores foram utilizados no estabelecimento Réu;

**Resposta: Quesito prejudicado.**

15) Informar qual a distância aproximada (em metros ou quilômetros) entre o estabelecimento Réu e a unidade mais próxima do estabelecimento Autor;

**Resposta: Atendido no subitem 3.2.6) Considerações gerais.**

16) Informar se os estabelecimentos Pappa Jack e o Cine – Café e Bistrô são concorrentes diretos na localidade, bem como, em relação às especialidades gastronômicas oferecidas em seus cardápios;

**Resposta: Não são concorrentes diretos na localidade, porém as especialidades gastronômicas oferecidas em seus cardápios são similares.**

17) Informar tudo o que mais entender útil para o esclarecimento ao Juízo e solução da lide.

**Resposta: Não há nada a acrescentar ao que já foi dito.**

Por fim, protesta-se, outrossim, pela apresentação de quesitos suplementares até e durante a diligência, consoante o artigo 469 do diploma processual civil.

**Resposta: Não há nada a acrescentar ao que já foi dito.**

## **5.0 – CONCLUSÃO.**

Através de todo levantamento realizado e análises dos dados disponibilizados, este Perito concluiu que:

- a. Analisando os fatores que compõem a questão, a saber: conceito arquitetônico das lojas, identidade visual, produtos ofertados, distância entre lojas e publicidade da marca, verifica-se que não houve a violação de “trade dress” pelo Réu.
- b. Não é caracterizado que a estratégia comercial da parte Ré se baseie numa série de atos que, em seu conjunto, sugerem abuso de direito e a prática de concorrência desleal, conforme Art.196 da Lei 9279/1996 – Código de Propriedade Intelectual, em especial os incisos III, IV e V.
- c. Não foi caracterizado o aproveitamento do prestígio e do poder de atração por parte do Réu, derivado do esforço criativo da parte Autora (rede Pappa Jack).
- d. Também não foi proporcionado uma vantagem competitiva desleal em relação as partes, concorrentes no mesmo ramo, porém em localidades distintas, que suportem o custo do desenvolvimento de

identidade visual própria. Não existe um manual de identidade visual da marca Pappa Jack, tampouco equipamentos desenhados exclusivamente para utilização nas lojas com registros de pedidos de patente junto ao INPI.

- e. Não é caracterizado um eventual “desvio de clientes” causando prejuízos a parte Autora,
- f. Não foram causados danos a empresa Pappa Jack, afetando os investimentos realizados na criação dos seus produtos/identidade visual.
- g. O que houve na lide em questão não foi uma violação de “trade dress” por parte do Réu, que abrange um conceito muito mais amplo de marca, e sim o aproveitamento de um projeto de arquitetura realizado pelo escritório de arquitetura contratado e pago pela parte Autora.

#### **6.0 – ENCERRAMENTO.**

E, nada mais havendo, encerro o presente Laudo Pericial composto por 41 (quarenta e uma) páginas, formato eletrônico, 50 (cinquenta) fotografias digitais coloridas, 01 (um) anexo e assinado digitalmente, ressaltando o disposto no Art. 435 do CPC.

Rio de Janeiro, 18 de outubro de 2018.

---

Alexandre Marques Penalber  
Perito do Juízo

## 7.0 – RELATÓRIO FOTOGRÁFICO.

### 7.1) Letreiros dos imóveis.



Foto 01: Letreiro da loja – Cine Café e Bistrô  
Galeria São Luiz – Catete.



Foto 02: Letreiro da loja – Pappa Jack Pizzaria  
Copacabana.



Foto 03: Letreiro da loja Pappa Jack Café e Bistrô  
Le Monde Offices – Barra da Tijuca.



Foto 04: Letreiro da loja – Pappa Jack Café e Bistrô  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca,

### Conclusão comparativa:

- As fontes utilizadas nas logomarcas fixadas nos letreiros são distintas em tipo, e tamanho.
- Predominância exclusiva da cor vermelha na marca “Pappa Jack” e das cores vermelha, preta e branca na marca “Cine Café e Bistrô”.
- A colocação da logomarca sob um painel de madeira não caracteriza uma exclusividade da marca.
- Não há semelhança de impacto visual sob a ótica do conjunto.



## 7.2) Lojas.



Foto 05: Vista interna da loja Cine Café e Bistrô Galeria São Luiz – Catete.



Foto 06: Vista interna da loja Pappa Jack Pizzaria Copacabana



Foto 07: Vista interna da loja Pappa Jack Café e Bistrô. Le Monde Offices – Barra da Tijuca.



Foto 08: Vista interna da loja Pappa Jack Café e Bistrô. O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.



Foto 09: Vista interna da loja Cine Café e Bistrô.  
Galeria São Luiz – Catete.



Foto 10: Vista interna da loja Pappa Jack Pizzaria  
Copacabana



Foto 11: Vista interna da loja Pappa Jack Café e Bistrô.  
Le Monde Offices – Barra da Tijuca.



Foto 12: Vista interna da loja Pappa Jack Café e Bistrô.  
Le Monde Offices – Barra da Tijuca,



Foto 13: Vista interna da loja Pappa Jack Café e Bistrô.  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca,



Foto 14: Vista interna da loja Pappa Jack Café e Bistrô (piso).  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.

### Conclusão comparativa:

- a) As lojas Cine Café e Bistrô, Pappa Jack Le Monde e Pappa Jack O2 Corporate Offices utilizam do mesmo conceito de projeto de arquitetura, com mesmo tipo de piso, revestimentos, iluminação e acabamentos,
- b) A loja de Copacabana não possui características similares a demais lojas analisadas.
- c) Existe semelhança de impacto visual sob a ótica do conjunto nas lojas Cine Café e Bistrô, Pappa Jack Le Monde e Pappa Jack O2 Corporate Offices, ocasionada pelo fato do projeto de arquitetura ser concebido pelo mesmo escritório.

### 7.3) Mobiliário.

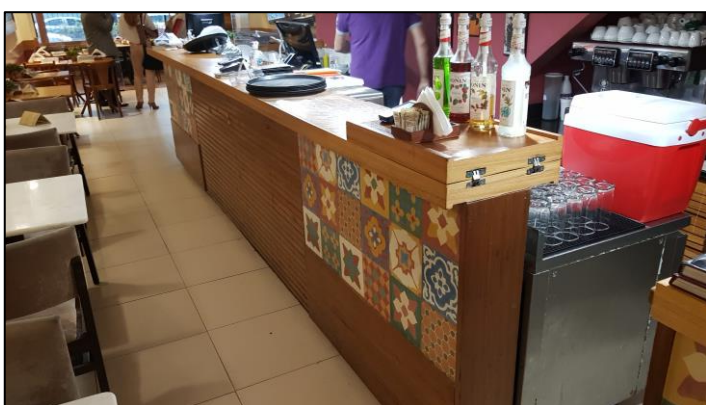


Foto 15: Balcão de atendimento da loja Cine Café e Bistrô  
Galeria São Luiz – Catete.



Foto 16: Balcão de atendimento da loja Pappa Jack Café e Bistrô  
Copacabana.



Foto 17: Balcão de atendimento da loja Pappa Jack Café e Bistrô.  
Le Monde Offices – Barra da Tijuca.



Foto 18: Balcão de atendimento da loja Pappa Jack Café e Bistrô.  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.



Foto 19: Vista geral do mobiliário da loja Cine Café e Bistrô Galeria São Luiz – Catete.



Foto 20: Vista geral do mobiliário da loja Pappa Jack Café e Bistrô Copacabana.



Foto 21: Vista geral do mobiliário da loja Pappa Jack Café e Bistrô Le Monde – Barra da Tijuca.



Foto 22: Vista geral do mobiliário da loja Pappa Jack Café e Bistrô O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.



Foto 23: Vista geral do mobiliário externo da loja Pappa Jack Café e Bistrô  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.



Foto 24: Vista geral do mobiliário externo da loja Pappa Jack Café e Bistrô, com identificação visual.  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.



Foto 25: Vista geral do mobiliário externo da loja concorrente, com identificação visual.  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.



Foto 26: Vista geral da área externa de uso comum do condomínio,  
O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.

### Conclusão comparativa:

- a) Os balcões de atendimento das lojas Cine Café e Bistrô, Pappa Jack Le Monde e Pappa Jack O2 Corporate Offices utilizam do mesmo padrão de decoração, tendo em sua composição painéis de ladrilhos hidráulicos

- b) Estes ladrilhos hidráulicos não são exclusivos, sendo encontrados em lojas de venda de materiais de construção.
- c) O balcão da loja de Copacabana não possui características similares aos das demais lojas analisadas.
- d) O mobiliário utilizado nas lojas Cine Café e Bistrô, Pappa Jack Le Monde e Pappa Jack O2 Corporate Offices utilizam-se do mesmo modelo de cadeiras e mesas retangulares.
- e) Na loja Cine Café e Bistrô ainda são utilizadas mesas circulares em seu acesso e com tampo em mármore na área externa nos fundos da loja. Na loja Pappa Jack Le Monde também são utilizadas mesas circulares na área externa e no acesso. Estas mesas são do mesmo modelo.
- f) Na área externa da loja Pappa Jack O2 Corporate Offices são utilizados mobiliários diferentes dos adotados nas lojas.
- g) Os mobiliários da loja de Copacabana não possuem características similares aos das demais lojas analisadas.
- h) Existe semelhança de impacto visual sob a ótica do conjunto nos balcões de atendimento e nos mobiliários internos das lojas Cine Café e Bistrô, Pappa Jack Le Monde e Pappa Jack O2 Corporate Offices, ocasionada pelo fato do projeto de arquitetura ser concebido pelo mesmo escritório.

#### 7.4) Decoração.



Foto 27: Vista geral da decoração da loja Cine Café e Bistrô.  
Galeria São Luiz – Catete.



Foto 28: Vista geral da decoração da loja Cine Café e Bistrô.  
Galeria São Luiz – Catete.



Foto 30: Vista geral da decoração da loja Pappa Jack Pizzaria Copacabana.



Foto 31: Vista geral da decoração da loja Pappa Jack Pizzaria Copacabana.



Foto 32: Vista geral da decoração da loja Pappa Jack Café e Bistrô. Le Monde – Barra da Tijuca.



Foto 33: Vista geral da decoração da loja Pappa Jack Café e Bistrô. Le Monde – Barra da Tijuca.



Foto 34: Vista geral da decoração da loja Pappa Jack Café e Bistrô. O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.

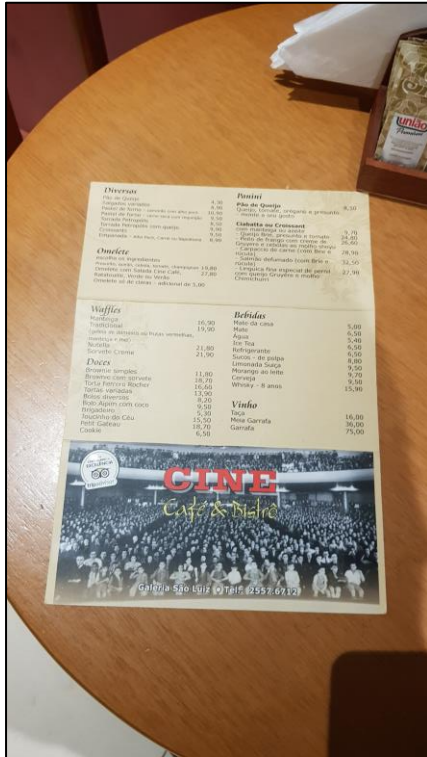


Foto 35: Vista geral da decoração da loja Pappa Jack Café e Bistrô. O2 Corporate Offices – Barra da Tijuca.

**Conclusão comparativa:**

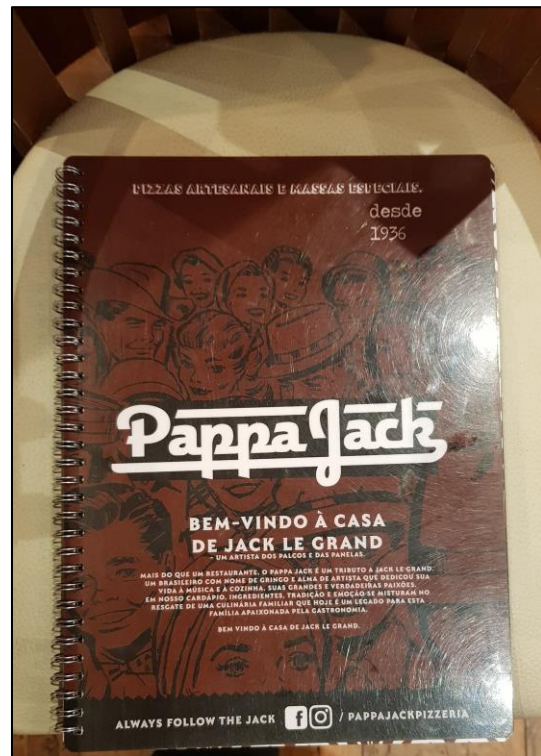
- a) Não há semelhanças visuais significativas na apresentação da decoração das lojas Cine Café e Bistrô e Pappa Jack Café e Bistrô.

**7.5) Cardápios.**



Fotos 36 e 37: Cardápio da loja Cine Café e Bistrô – Galeria São Luiz (Catete).





Fotos 38 e 39: Cardápio da loja Pappa Jack Pizzaria – Copacabana.



Fotos 40 e 41: Cardápio da loja Pappa Jack Pizzaria – Copacabana.



Fotos 42 e 43: Cardápio da loja Pappa Jack Café e Bistrô – Le Monde (Barra da Tijuca).



Fotos 44 e 45: Cardápio da loja Pappa Jack Café e Bistrô – O2 Corporate Office (Barra da Tijuca).



Foto 46: Cardápio da loja Pappa Jack Café e Bistrô O2 Corporate Office (Barra da Tijuca).

### Conclusão comparativa:

Não há semelhanças visuais significativas na apresentação dos cardápios das lojas Cine Café e Bistrô e Pappa Jack Café e Bistrô.

### 7.6) Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimento Ltda.

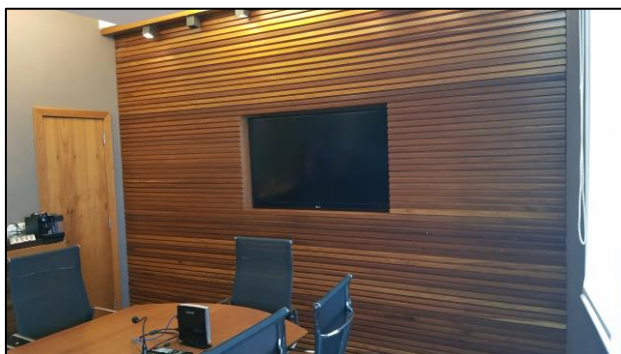


Foto 47: Painel de madeira instalado na Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimentos LTDA.



Foto 48: Painel de madeira instalado na Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimentos LTDA.



Foto 49: Painel de madeira instalado na Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimentos LTDA.

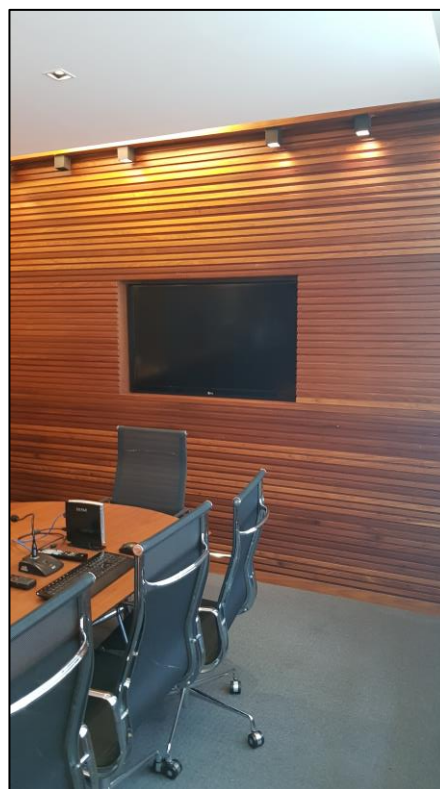
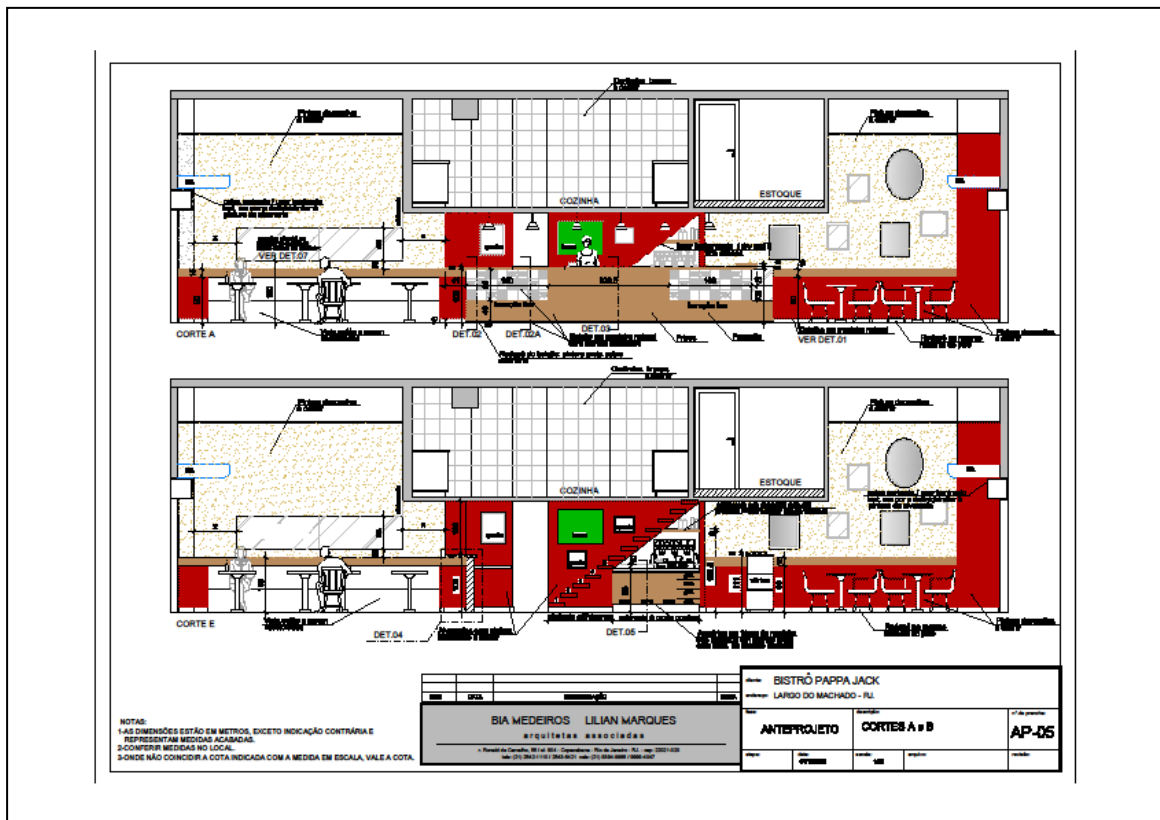
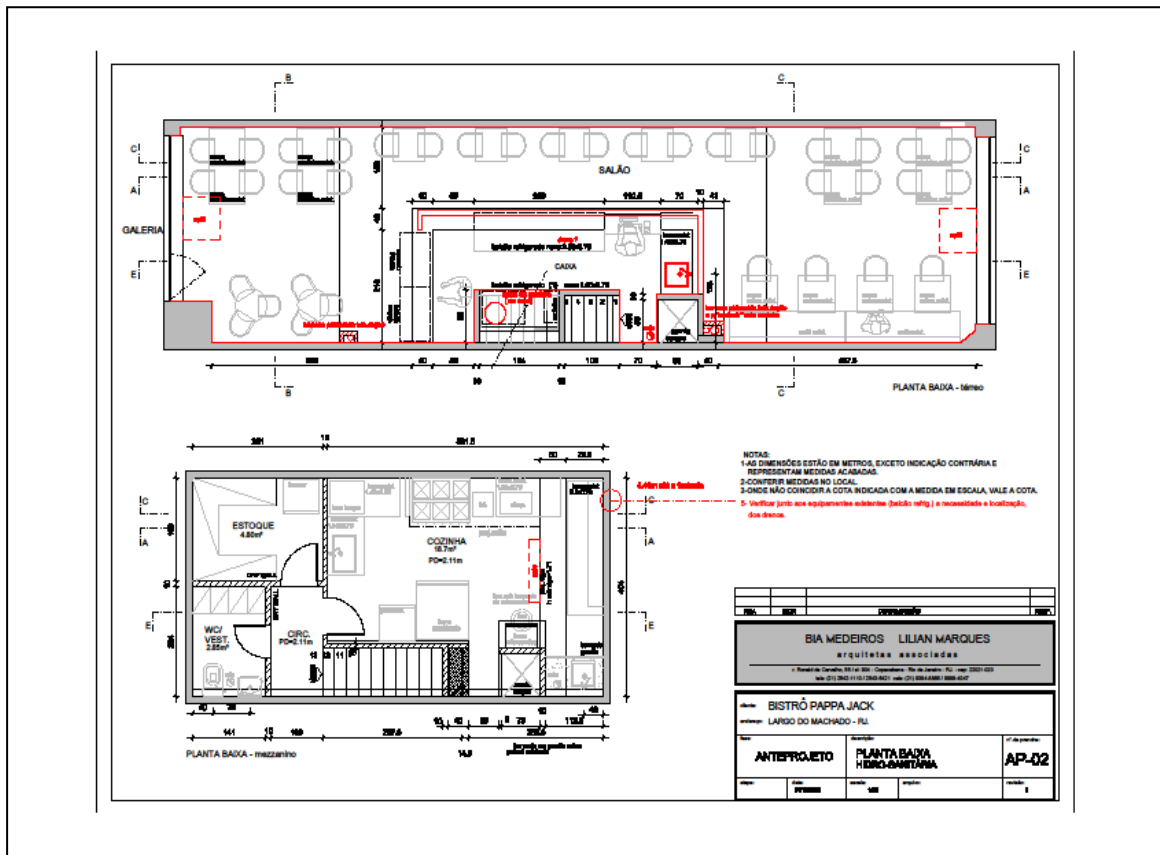
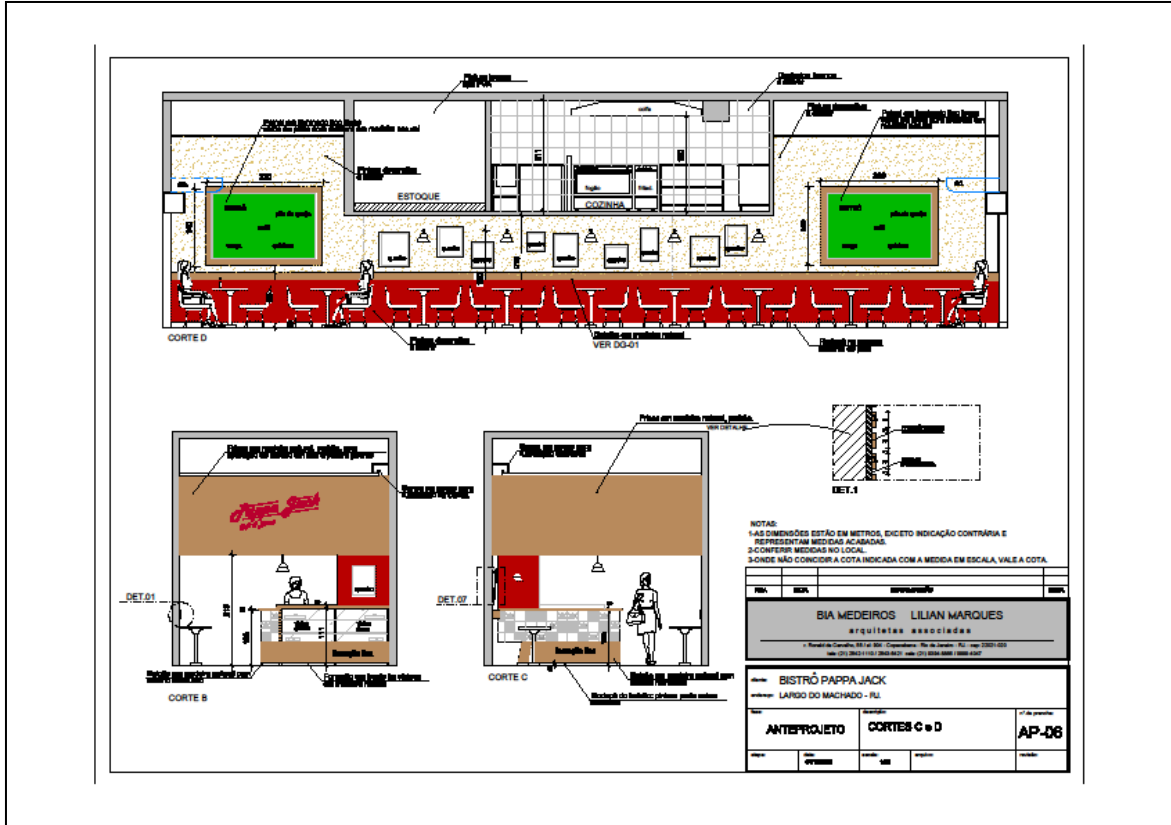


Foto 50: Painel de madeira instalado na Severiano Ribeiro Diversões e Empreendimentos LTDA.

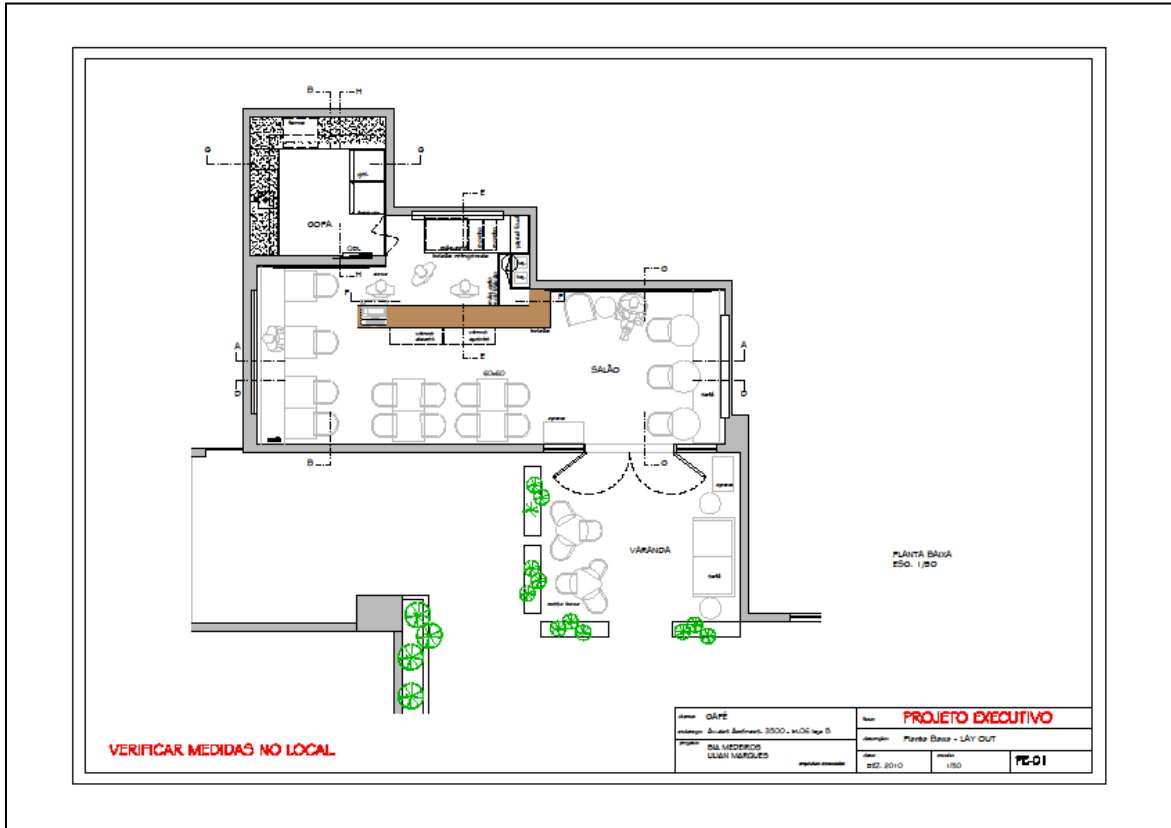
## ANEXO I – PROJETOS DAS LOJAS.

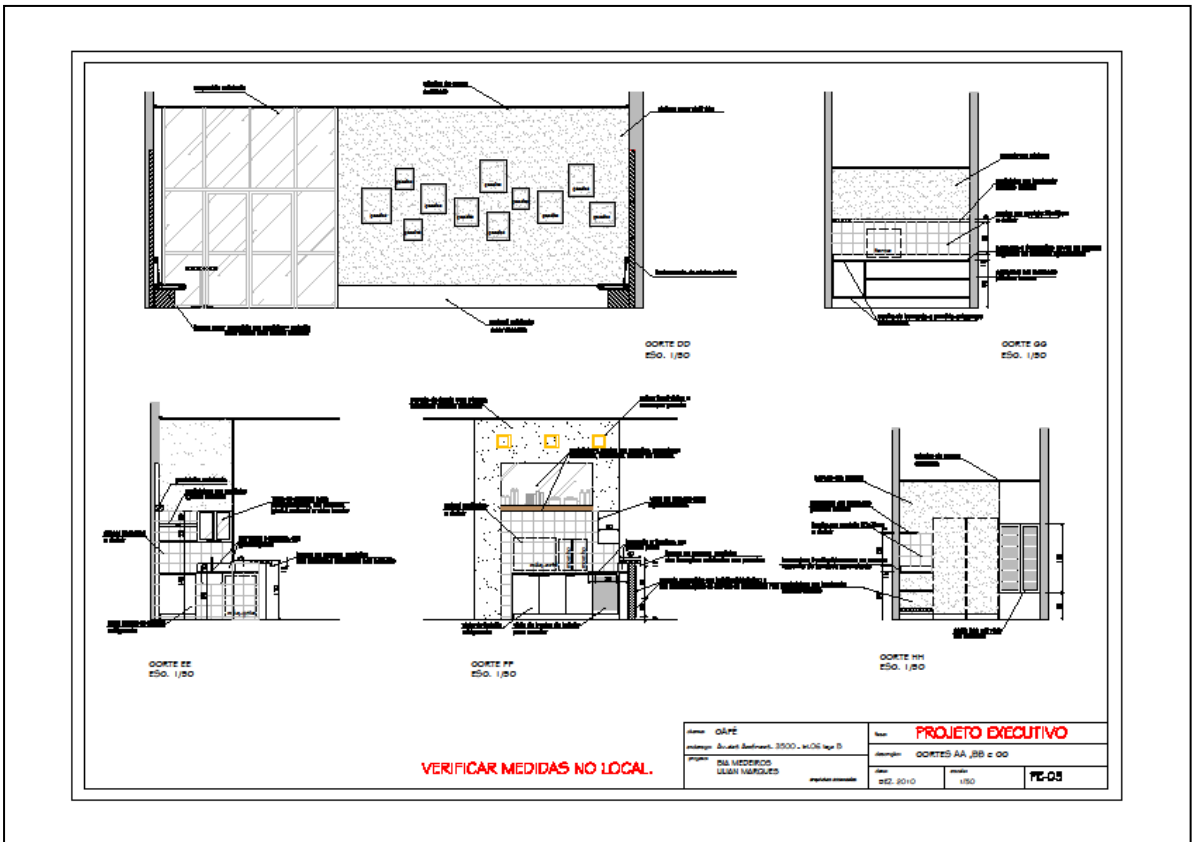
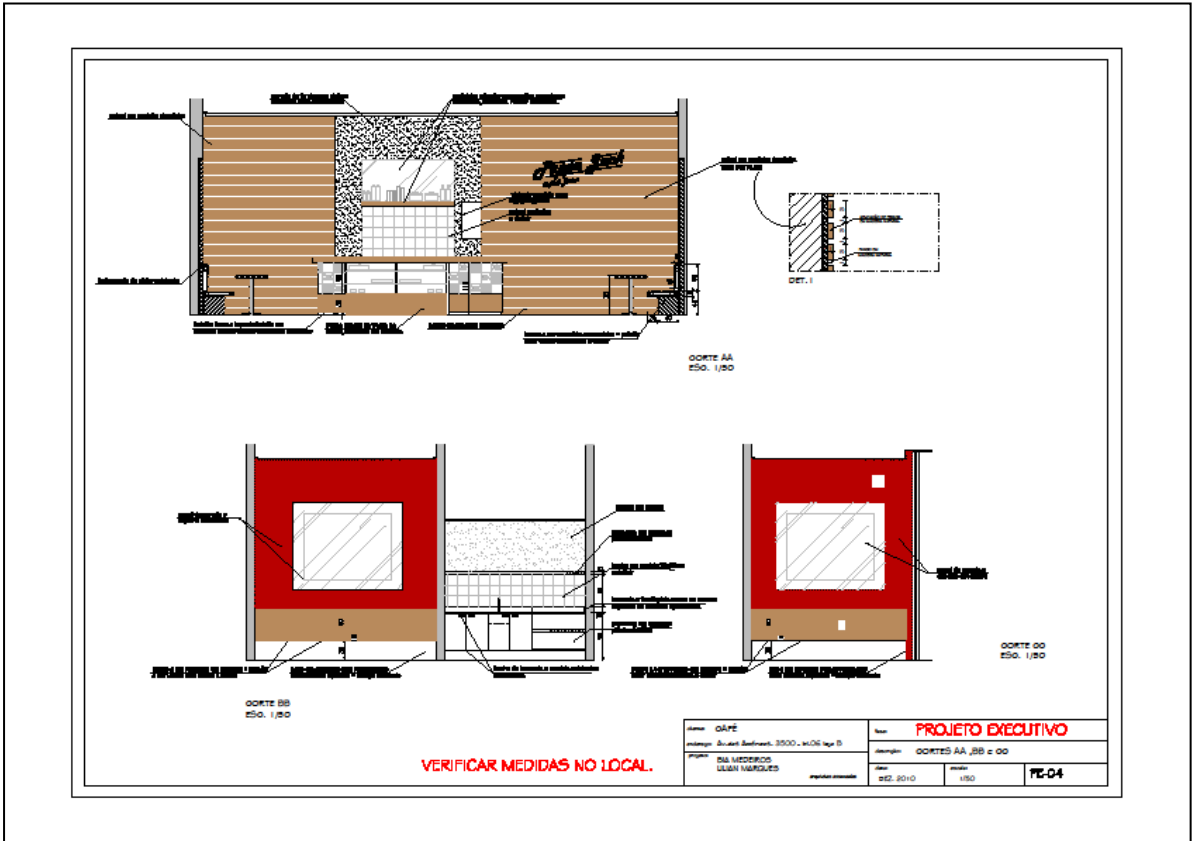
- Galeria São Luiz.





● **Le Monde Offices.**





• O2 Corporate Offices.

