

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ԷԿՈՆՈՄԻԿԱՅԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ
ՄՏԱՎՈՐ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾԱԿԱԼՈՒԹՅԱՆ
ԲՈՂՈՔԱՐԿՄԱՆ ԽՈՐՀՐԴԻ

Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ

N 6/12

Քաղ. Երեւան

28 փետրվարի 2012թ.

Հայաստանի Հանրապետության էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդը (այսուհետ՝ նաեւ բողոքարկման խորհուրդ) հետեւյալ կազմով՝ խորհրդի նախագահ Ա.Ֆ.Ազիզյան, անդամներ՝ Ա.Ս.Խաչիկյան, Ա.Ա.Տոնիկյան, Ա.Հ. Արզարյան, Ա.Գ. Շահինյան և Ա. Ի.Ղարիբջանյան (քարտուղար) իր 2012թ. փետրվարի 28-ի նիստում (արձանագրություն N 2.4) քննարկեց «Խարկովսկայա բիսկվիտնայա ֆաբրիկա» ընկերության ներկայացուցիչ Ա. Գալոյանի կողմից 2012թ. փետրվարի 7-ին ներկայացված «Золотой Мак Золотий мак» (հայտի համարը IR 1050959) բառային ապրանքային նշանի գրանցումը մերժելու մասին կրկնական փորձաքննության որոշման դեմ բողոքը:

Մերժման հիմք են հանդիսացել «Ապրանքային նշանների մասին» ՀՀ Օրենքի 10-րդ հոդվածի 1-ին մասի 2-րդ կետը և 10-րդ հոդվածի 2-րդ մասի 1-ն կետի «ա» ենթակետը, համաձայն որոնց տվյալ ապրանքային նշանը ենթակա չէ գրանցման, քանի որ նույնական կամ նման է «Красный Мак» («Գրանդ Քենդի» հայ-կանադական ՀՁ ՍՊԸ, Երևան, Մասիսի 31, AM, No.8670, 7565) ավելի վաղ առաջնությամբ ապրանքային նշանին և դրանով մակնշվող ապրանքների և (կամ) ծառայությունների նույնական կամ նույնատիպ լինելը հանրության մոտ շփոթություն առաջացնելու վտանգ է պարունակում, ներառյալ՝ ավելի վաղ ապրանքային նշանին զուգորդվելը (շփոթելու աստիճան նմանությունը):

Բողոքարկողը համաձայն չէ փորձաքննության որոշման հետ, որ հայտարկված «Золотой Мак Золотий мак» (հայտի համարը IR 1050959) և հակադրված «КРАСНЫЙ МАК» ապրանքային նշանները շփոթության աստիճանի նման են իրար, և ի պաշտպանություն իր նշանի բերում է ստորև նշված փաստարկները:

Բողոքում նշված է, որ «Золотой Мак Золотий мак» (հայտի համարը IR 1050959) իրենից ներկայացնում է բառային ապրանքային նշան՝ բաղկացած 4 բառային տարրերից,

որոնցից երկուսը ռուսերեն լեզվի միավորներ են, իսկ մյուս երկուսն էլ՝ դրանց համարժեք ուկրաիներեն լեզվի: Նշանը կատարված է փոքրատառերով, բացառությամբ առաջին և երրորդ տարրերի, որոնք կատարված են մեծատառերով՝ սևեռելով սպառողի ուշադրությունը ընկալման ժամանակ: Ընդ որում բառային տարրերն իրարից գտնվում են էական հեռավորության վրա: Ընդհանուր առմամբ, այս հայտարկված նշանին հատուկ է տառերի կլորությունը:

Ըստ բողոքարկողի հայտարկված նշանի առանձնահատկությունն այն է, որ նշանը կատարված է հորիզոնական դիրքով, ինչպես նաև տարրերի կրկնությունը, ինչով էլ պայմանավորված են նշանին բնորոշ մտավոր հատկանիշները, և որոնք նպաստում են հայտարկված նշանի, ընդհանուր առմամբ, լավ մտապահելուն, դրանով իսկ ստեղծելով յուրօրինակ կերպար սպառողի կողմից ընկալման ժամանակ:

Բողոքարկվող նշանի տարրերի բազմաքանակությունը ու կրկնությունը ստեղծում են նշանի գրաֆիկական ինքնատիպ կերպար:

Բողոքարկողը նշել է, որ առաջին հակադրված նշանը բառային է՝ կատարված մեծատառ տառատեսակով, բաղկացած 2 տարրից, բաղկացած է 20 տառային էլեմենտից, իսկ առաջին հակադրված նշանն իր մեջ ներառում է ընդամենը 10 տառային էլեմենտ, ինչը մեծ դեր է խաղում հայտարկված նշանի և առաջին հակադրված նշանի տեսողական ընկալման ժամանակ:

Ըստ բողոքարկողի առաջին հակադրված նշանն ստեղծում է տարբերակիչ գրաֆիկական կերպար, որը զգալիորեն տարբերվում է հայտարկված նշանի կերպարից, ինչով էլ պայմանավորվում է նշանները շփոթելու անհնարինությունը՝ ըստ գրաֆիկական չափանիշների:

Երկրորդ հակադրված նշանը համակցված է՝ պիտակի տեսքով, որը բաղկացած է բառային և գրաֆիկական մասերից:

Նշանի առանձնահատկությունն այն է, որ նշանը կատարված է կիրիլիցա տառատեսակով և բաժանված է երկու մասի, մասնավորապես՝ “КРАСНИЙ” տարրը գտնվում է կենտրոնական պատկերի վերին հատվածում, իսկ “МАК” տարրն, իր հերթին, համաչափ զետեղված է նշանի ստորին հատվածում, ընդ որում երկու մասերն էլ կատարված են կարմիր գույնի տառատեսակով:

Այսպիսով, ապրանքային նշանի յուրօրինակ դասավորվածությունը միավորում է նշանի բառային և գրաֆիկական մասերը ընդհանուր կոմպոզիցիայի, որն ընկալվում է սպառողի կողմից որպես միասնական անբաժանելի կերպար:

Բողոքարկողը նշում է, որ 2-րդ հակադրված նշանն էլ ստեղծում է եզակի գրաֆիկական կերպար, որը սպառողը ոչ մի դեպքում չի կարող շփոթել հայտարկված նշանի հետ:

Բողոքում նշված է, որ գրաֆիկական տարբերակիչ հատկությունների առկայության դեպքում, որոնք պայմանավորում են հայտարկված նշանի անհատական հատկանիշը, կարելի է եզրակացնել, որ հայտարկված և հակադրված նշանները տարբեր են և չեն կարող դիտարկվել որպես շփոթության աստիճանի նման նշաններ՝ գրաֆիկական վերլուծության չափանիշներից ելնելով:

Բողոքարկողը նշել է, որ հայտարկված և հակադրված ապրանքային նշաններն ունեն բառերի և տառերի տարբեր քանակություն, հնչյունների տարբեր կազմ, որով էլ պայմանավորվում է նշանների ընդհանուր հնչյունային տարբերությունը, ինչն էլ թույլ է տալիս եզրակացնել, որ հայտարկված և հակադրված ապրանքային նշանները շփոթության աստիճան նման չեն իրար՝ ըստ ձայնային չափանիշների:

Նշվում է նաև, որ հաշվի առնելով նշաններում առկա էական ձայնային տարբերությունները, մասնավորապես ձայնավոր և բաղաձայն հնչյունների տարբեր կազմը, վանկերի քանակը, տարբեր արտասանությունը և շեշտերի քանակը, ինչպես նաև նշանների առաջին մասերի չհամընկնելը, կարելի է եզրակացնել, որ հայտարկված և հակադրված նշանները շփոթության աստիճանի նման չեն իրար՝ ձայնային (հնչյունային) վերլուծության չափանիշներից ելնելով:

Հաշվի առնելով վերոնշյալը, կարելի է եզրակացնել, որ հայտարկված նշանի ընկալման ժամանակ առաջացած ասոցիացիաները ստեղծում են անկրկնելի կերպար՝ կապված հայտատուի արտադրանքի բարձր որակի հետ, և կարող է դիտարկվել բացառապես որպես մտացածին 30-րդ դասի հայտարկված ապրանքների նկատմամբ, ինչն իր հերթին ևս բացառում է սպառողների կողմից նշանները շփոթելը:

Հաշվի առնելով այն, որ հակադրված նշանները պարունակում են նմանատիպ “КРАСНЫЙ МАК” տարրը, ավելի նպատակահարմար է միաժամանակ դիտարկել հակադրված նշանների իմաստային նշանակությունը:

Հակադրված ապրանքային նշանների կազմի մեջ մտնում է “красный мак” բառային նշանը, որը իմաստային առումով ունի նշանակություն:

Բողոքում նշված է, որ բողոքարկող-ընկերությունն արտահանում է իր արտադրանքն աշխարհի շատ երկրներ, ներառյալ Հայաստանի Հանրապետություն: Ծնորհիվ բարձր որակի և գնային մրցունակության՝ հայտատու-ընկերության արտադրանքը մեծ ճանաչում է վայելում հայ սպառողի շրջանում, այն արդեն երկար ժամանակ է, ինչ առկա է Հայաստանի

Հանրապետության հրուշակեղենի շուկայում և մեծ ճանաչում է վայելում տեղի սպառողի շրջանում: Հայտնում է նաև, որ հայտատու-ընկերության ողջ արտադրանքը պիտակավորվում է ընկերության ֆիրմային լոգոտիպով, ինչն իր հերթին թույլ է տալիս սպառողին վերագրել հայտատու-ընկերության արտադրանքը «Խարկովսկայա բիսկվիտնայա ֆաբրիկա» ընկերությանը, ինչը ևս բացառում է հայտարկված և հակադրված նշանների շփոթելու հավանականությունը: Ինչպես նաև հակադրված նշանի սեփականատերն օգտագործում է իր ֆիրմային լոգոտիպը՝ ապրանքի անհատական անվան հետ մեկտեղ՝ պայմանավորելով հայտարկված և հակադրված նշանները շփոթելու անհնարինության հանգամանքը:

Նշված է, որ բողոքարկող ընկերության ֆիրմային լոգոտիպը, որը ևս առկա է վերոնշյալ կոնֆետները պիտակավորելու համար օգտագործվող պիտակի վրա, գրանցվել է որպես ապրանքային նշան Հայաստանի Հանրապետության տարածքում (գր. ամսաթիվ՝ 28 ապրիլի, 2007թ.) 30-րդ դասի ապրանքների համար՝ No.836606 միջազգային գրանցման շրջանակում:

Նշված է, որ բողոքարկվող նշանն օգտագործվում է կոնֆետների համար ինքնատիպ պիտակի կազմի մեջ, որոնք ևս ներկայացված են Հայաստանի Հանրապետության տարածքում, ինչի արդյունքում կարելի է եզրակացնել, որ հայտարկված նշանը լայն տարածում ունի հայ սպառողների շրջանում որպես հայտատուի ապրանքային նշան և սպառողի մոտ կզուգակցվի հատկապես հայտատու-ընկերության հետ: Ավելին, տվյալ պիտակի վրա ընկերության ֆիրմային լոգոտիպի առկայությունը, որը ՀՀ տարածքում գրանցվել է որպես ապրանքային նշան, ևս վկայում է այն մասին, որ սպառողի կողմից ընկալման ժամանակ հայտարկված և հակադրված նշաններն իրար հետ շփոթելու հավանականությունը բացառվում է:

Միջազգային հայտ № 1050959 «Золотой Мак Золотий мак» ապրանքային նշանը գրանցվել է այնպիսի երկրներում, ինչպիսիք են Ուկրաինան, Ադրբեջանը, Բելառուսը, Վրաստանը, Ղրղզստանը, Լատվիան, Լիտվան, Մոլդովան, Մոնղոլիան և Տաջիկստանը:

Եզրափակելով իր գրությունը՝ բողոքարկողը խնդրում է վերանայել միջազգային հայտ «Золотой Мак Золотий мак» (հայտի համարը IR 1050959) ապրանքային նշանի վերաբերյալ կայացված գրանցումը մերժելու մասին նախնական որոշումը և այն գրանցել Հայաստանի Հանրապետության տարածքում՝ 30-րդ դասի հայտարկված բոլոր ապրանքների համար:

Կոլտեգիայի անդամը բողոքը ներկայացնելիս նշեց, որ 2012թ. փետրվարի 2-ին քննարկման է ներկայացվել «Խարկովսկայա բիսկվիտնայա ֆաբրիկա» ընկերության ներկայացուցիչ Ա. Գալոյանի կողմից ներկայացված «Золотой Мак Золотий мак» (հայտի

համարը IR 1050959) բառային ապրանքային նշանի գրանցումը մերժելու մասին կրկնական փորձաքննության որոշման դեմ բողոքը: Համառոտ ներկայացվեց մերժման հիմքը:

Նշվեց նաև, որ Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան Կոնվենցիայի 6-bis հոդվածի համաձայն գրանցման ենթակա չէ այն նշանը, որը նույնական կամ շփոթելու աստիճան նման է նույնատիպ ապրանքների համար հանրահայտ ճանաչված ապրանքային նշանին: Հաշվի առնելով, որ «Գրանդ քենդի» հայ-կանադական ՀՁ ՍՊ ընկերությունը ՀՀ-ում 01.06.2008թ.-ից հանրահայտ ճանաչված՝ «КРАСНЫЙ МАК ԿԱՐՄԻՐ ԿԱԿԱՉ» ապրանքային նշանի իրավատերն է, իսկ կոլեգիան գտնում է, որ հայտարկված «Золотой мак Золотий мак» ապրանքային նշանը շփոթելու աստիճան նման է նշված հանրահայտ նշանին, ապա բողոքը ենթակա է մերժման:

Ընդհանուր վերլուծության արդյունքում, կոլեգիան առաջարկեց բողոքը մերժել:

Ղեկավարվելով «Հայաստանի Հանրապետության էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդ բողոքների եւ դիմումների ներկայացման եւ քննարկման կարգի» 68-րդ կետի 2-րդ բողոքարկման խորհուրդը

Ո Ր Ո Շ Ե Ց

Մերժել «Խարկովսկայա բիսկվիտնայա ֆաբրիկա» ընկերության բողոքը և «Золотой Мак Золотий мак» (հայտի համարը N IR 1050959) բառային ապրանքային նշանի միջազգային գրանցման վերաբերյալ փորձաքննության որոշումը թողնել ուժի մեջ:

Բողոքարկման խորհրդի
նախագահ

Ա. Ազիզյան