

საიდ. №69672/03

გ ა დ ა ო ო მ ო ა რ კ ე ბ ა N21-03/14

საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრ „საქპატენტთან“ არსებული სააპელაციო პალატის კოლეგიამ შემდეგი შემაჯგუფებით: ი. გიქორაშვილი (თავმჯდომარე), მ. ბ. დ. ჭიჭინაძე, თ. ჯაფარიძის მდივნობით განიხილა კომპანიის „თაიმ ინკ“-ის (TIME INC.) სააპელაციო საჩივარი (საიდ. №21-03/14), რომლითაც მოითხოვება სსიპ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის „საქპატენტის“ სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 14 ნოემბრის №1591/03 ბრძანების ბათილად ცნობა, რომლითაც შპს „პრაიმ თაიმი“-ის სახელზე დარეგისტრირდა საქართველოში სასაქონლო ნიშანი „PRIME Time“ (საიდ. №69672/03) მე-16 და 38-ე კლასის საქონლისა და მომსახურების განცხადებული ჩამონათვისათვის (მე-16 და 38-ე კლასი).

კოლეგიამ განიხილა სააპელაციო საჩივარი, შესაგებელი, ექსპერტიზის მასალები, წარმოდგენილი დოკუმენტები და

გ ა მ ო ა რ კ ე ბ ა :

აპელანტი კომპანია „თაიმ ინკ“ არ ეთანხმება გასაჩივრებულ ბრძანებას შემდეგ გარემოებათა გამო:

აპელანტის განმარტებით, დაპირისპირებული ნიშნებს შორის მსგავსების

დასადგენად საჭიროა ჩატარდეს მათი შედარებითი ანალიზი, კერძოდ აღნიშვნების მსგავსების საერთო კრიტერიუმების თანახმად, სიტყვიერი სასაქონლო ნიშნები შეიძლება იყვნენ მსგავსნი: ვიზუალურად (გრაფიკულად), უღერადობით (ფონეტიკურად) და შინაარსობრივად (სემანტიკურად). ვიზუალური მსგავსების შეფასებისას საწყის ფაქტორებად მიიჩნევა:

- საერთო მხედველობითი შთაბეჭდილება;
- შრიფტის სახეობა (შრიფტის ზომა, მისი სიმაღლე);
- გრაფიკული დამწერლობა ასოების ხასიათის გათვალისწინებით;
- ასოების ურთიერთგანლაგება;
- ანბანი, რომლითაც შესრულებულია სიტყვა;
- ფერთა გამა.

აპელანტის პოზიციით, რეკომენდაციების თანახმად, უფრო მნიშვნელოვანია აღნიშვნების შედარებისას მიღებული პირველი შთაბეჭდილება. სწორედ იგია ყველაზე ახლოს მომხმარებლის მიერ ნიშნის აღქმასთან, რომელიც, როგორც წესი, ადარებს სასაქონლო ნიშანს მის მეხსიერებაში შენახულ გამოსახულებას. ამიტომ, თუ გამოსახულებების შედარებით მიღებულ პირველ შთაბეჭდილებას წარმოადგენს მსგავსების შთაბეჭდილება, ხოლო შემდგომი ანალიზი გამოავლენს აღნიშვნების განსხვავებულობას სხვადასხვა ელემენტების განსხვავებულობის გამო, აღნიშვნების მსგავსების შეფასებისას უნდა უნდა მოხდეს ხელმძღვანელობა პირველი შთაბეჭდილებით”. აპელანტის მითითებით, კომპანიის ”თაიმ ინკ.” კუთვნილი ნიშანი კომბინირებულია და წარმოადგენს შავ ჩარჩოში მოთავსებულ ოთხკუთხედის ფონზე მთავრული ლათინური ასოებით შესრულებულ სიტყვას “TIME”. დაპირისპირებული ნიშანი, ასევე, კომბინირებულია და წარმოადგენს მართკუთხედში ჩაწერილ ლათინური ასოებით შესრულებულ სიტყვას ”PRIME Time”, რომელშიც სიტყვა ”PRIME” ვერტიკალურადაა განთავსებული და შესრულებულია გაცილებით წვრილი შრიფტით, ვიდრე ჰორიზონტალურად განლაგებული ნიშნის ძირითადი ელემენტი ”Time”. აპელანტის განმარტებით, როგორც ცნობილია, სიტყვიერი ელემენტი, უფრო ხშირად, წარმოადგენს ნიშნების დომინანტ ელემენტებს. მეთოდური რეკომენდაციების (ნ.პ. გრემნიოვა, ვ.ვ. ორლოვი, მოსკოვი, 1999წ., შემდგომში - რეკომენდაციები) თანახმად:

“გამოსახულებითი და სიტყვიერი ელემენტებით შედგენილ კომბინირებულ აღნიშვნაში ძირითად ელემენტს წარმოადგენს სიტყვიერი ელემენტი, ვინაიდან იგი უფრო ადვილად დამახსოვრებადია, ვიდრე გამოსახულებითი და აღნიშვნის დამახსოვრებისას სწორედ მასზე კეთდება აქცენტი”. ამრიგად, შესადარებელი აღნიშვნების ვიზუალური აღქმის ცენტრებს წარმოადგენენ სიტყვიერი აღნიშვნები “TIME” და ”Time”, რის გამოც ნიშნების მსგავსების დადგენისას განმსაზღვრელია მითითებული ელემენტების მსგავსება. ამ მოსაზრებას ამყარებს ის გარემოებაც, რომ ორივე ნიშანში გამოსახულებითი ელემენტები წარმოადგენენ მარტივ გეომეტრიულ ფიგურას – მართკუთხედს და იგი აღიქმება, როგორც სასაქონლო ნიშნის შემომსაზღვრელი მარტივი ჩარჩო და არ ატარებს განსაკუთრებულ დატვირთვას. აპელანტის მითითებით, ორივე ნიშანი შესრულებულია ლათინური ანბანით: ”PRIME Time” და “TIME”. ამავდროულად, გასაჩივრებული ნიშნის პირველი ნაწილი ”PRIME” ვერტიკალური განლაგებისა და შედარებით წვრილი ასოებით შესრულების გამო ძნელად იკითხება და მთელი ყურადღება მოდის ნიშნის მეორე ნაწილზე ”Time”, რომელიც განლაგებულია ჰორიზონტალურად და სრულად თანხვედრა რეგისტრირებულ ნიშანს. აპელანტის მითითებით, სახეზეა მსგავსების ყველა ზემოჩამოთვლილი ნიშანი, გარდა ფერთა გამისა, რაც არ არის ისეთი ძლიერი ფაქტორი, რომ შეასუსტოს ნიშნებს შორის არსებული ძლიერი ვიზუალური მსგავსება, მით უმეტეს, რომ ჟურნალი TIME ქვეყნდება, როგორც წესი, წითელ ფერში შესრულებული სახელწოდებითა და ჩარჩოთი. წითელი ჩარჩო ითვლება ამ ჟურნალის ხელწერად და მან არსებობის 80 წლის განმავლობაში მხოლოდ ერთხელ შეიცვალა ჩარჩოს ფერი შავზე 2001 წლის 11 სექტემბერს მომხდარი ტერაქტის შემდგომ, გლოვის ნიშნად. აპელანტის პოზიციით, ნიშნების ფონეტიკური მსგავსების დროს მხედველობაში მიიღება რიგი კრიტერიუმები, კერძოდ, სიტყვის სიგრძე, თანხვედრილი მარცვლების რაოდენობა და შემადგენლობა, მახლობელი ბგერებისა და ბგერათშეთანხმების ერთმანეთის მიმართ განლაგება, ხმოვნებისა და თანხმოვნების სიახლოვე, მახვილი და ა.შ. ვინაიდან ყველა აღნიშვნა შესრულებულია ლათინური ანბანით და მათ სემანტიკური მნიშვნელობა გააჩნიათ ინგლისურ ენაზე, აღნიშვნების ტრანსკრიპცია განიხილება ინგლისური ენის წაკითხვის წესის შესაბამისად.

პრაქტიკულად, გასაჩივრებული ნიშანი "PRIME Time" მთლიანად მოიცავს და იმეორებს დაპირისპირებულ ნიშანს "TIME". აპელანტის მითითებით, სრულიად აშკარაა, რომ ორივე ნიშნის საერთო ელემენტის ოთხი ასო-ბგერა (T, I, M, E) იდენტურია და შესაბამისად, სიტყვაც უღერს იდენტურად - "თაიმ". ელემენტის "PRIME" განლაგება გასაჩივრებულ სასაქონლო ნიშანში არ იძლევა მისი ადვილად წაკითხვის შესაძლებლობას და მომხმარებელი, ძირითადად, კითხულობს სიტყვას "თაიმ". ამასთანავე, ელემენტის "PRIME" პირველი 3 ასო იდენტურია აპელანტის ნიშნის ოთხი ასოდან სამისა, თანაც იმავე თანმიმდევრობით, მაგრამ ვერტიკალურად განლაგების შემთხვევაში ეს სამი ასო ხვდება ვერტიკალის ქვედა ნაწილში და უფრო მკაფიოდ არ აღიქმება მომხმარებლის მიერ, თუმცა, მისი უღერადობა 3 იდენტური საწყისი ასოს გამო მაინც მსგავსია - "ფრაიმ". ყოველივე ზემოთქმული წარმოადგენს იმ ფაქტის დადასტურებას, რომ დაპირისპირებული აღნიშვნები ფონეტიკური თვალსაზრისითაც აღრევაძღე მსგავსია. აპელანტის განმარტებით, აღნიშვნების სემანტიკური ანალიზისას მხედველობაშია მისაღები სიტყვების "PRIME" და "TIME" მნიშვნელობა, კერძოდ PRIME ნიშნავს - „დასაწყისი, მთავარი, საუკეთესო, ხოლო TIME – „დრო, ეპოქა, საუკუნე“. იქიდან გამომდინარე, ძირითადი სემანტიკური დატვირთვა მოდის სიტყვაზე TIME – "დრო", ხოლო სიტყვა RIME წარმოადგენს განსაზღვრებას - "საუკეთესო, მთავარი" და იგი ვერ სძენს გასაჩივრებულ ნიშანს საკმაო განმასხვავებლობას იმისათვის, რომ დაიცვას მომხმარებელი შეცდომაში შეყვანისაგან საქონლის მწარმოებლის მიმართ. ამგვარად, გასაჩივრებული და რეგისტრირებული ნიშნები სემანტიკურად იმდენად მსგავსია, რომ ქმნის მომხმარებლის მიერ ნიშნების აღრევისა, და, შესაბამისად, შეცდომაში შეყვანის შესაძლებლობას საქონლის მწარმოებლის მიმართ. აპელანტის პოზიციით, გასათვალისწინებელია "მსოფლიო ინტელექტუალური საკუთრების რეკომენდაციები" (შემდგომში – ისმო-ს გამოცემა), რომლის თანახმადაც: "სასაქონლო ნიშნების მსგავსების შემოწმებისას მეორე მნიშვნელოვან მომენტს წარმოადგენს, რომ ისინი უნდა შედარდნენ მთლიანობაში და უფრო დიდი მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს შეცდომაში შემყვან საერთო ელემენტებს იმ განსხვავების გამოყოფის გარეშე, რომლის შენიშვნაც არ შეუძლია საშუალო მომხმარებელს". აღნიშვნების "PRIME Time" და "TIME" ანალიზმა

დაადასტურა სიტყვიერი ელემენტების დომინირებული ნაწილების მსგავსება. აპელანტის მითითებით, მიუხედავად ნიშნებს შორის არსებული უმნიშვნელო განსხვავებისა, ნიშნები აღრევამდე მსგავსია, რაც განპირობებულია მათი ფონეტიკური, ვიზუალური და სემანტიკური მსგავსებით. ზემოთქმული დასტურდება, აგრეთვე, ისმო-ს გამოცემის რეკომენდაციებით: “უმნიშვნელოვანეს მომენტს წარმოადგენს ის, რომ მომხმარებელი არ აღარებს სასაქონლო ნიშნებს პარალელურად; იგი, როგორც წესი, ხვდება დამრღვევ ნიშანს მაღაზიაში, სადაც იგი ვერ ხედავს საქონელს, რომელიც მომხმარებლისათვის ცნობილი ნიშნითაა ნიშანდებული და რომელიც მან იცის და ახსოვს ასე თუ ისე ზუსტად. იგი დამრღვევი ნიშნით ნიშანდებულ საქონელს მიიჩნევს როგორც საქონელს, რომლის ყიდვაც მას სურს. ამ კონტექსტში უნდა გაითვალისწინოთ, რომ საშუალო მომხმარებელს აქვს ასევე საშუალო მახსოვრობა და მისთვის საკმარისია ყოყმანი იმაზე, წარმოადგენს თუ არა ნიშანი, რომელიც მას დახვდა მაღაზიაში იმ ნიშანს, რომელიც მან იცის, ვინაიდან საშუალო მომხმარებელი პირველი შეხედვით, როგორც წესი, ვერ ხედავს ნიშნებს შორის განსხვავებას, რომელიც მას შეიძლება აღმოეჩინა, თუ უფრო გულდასმით შეისწავლიდა ნიშანსა და შეთავაზებულ საქონელს, პირველი შთაბეჭდილება, რომელიც მან მიიღო, აღმოჩნდებოდა მცდარი”. რეგისტრირებული და გასაჩივრებული ნიშნების მსგავსების დადგენის შემდეგ საჭიროა ამ ნიშნებით მონიშნული საქონლის ერთგვაროვნების დადგენა, ვინაიდან საქონლის ერთგვაროვნება განსაზღვრავს მომხმარებელში ამ საქონლის ერთი და იგივე მწარმოებლისთვის მიკუთვნების პრინციპულ შესაძლებლობას. საქონლის ერთგვაროვნების დადგენისას შეიძლება მხედველობაში მივიღოთ საქონლის სახეობა, მისი სამომხმარებლო თვისებები, დანიშნულება, იმ მასალის სახე, რომლისგანაც იგი დამზადდა, რეალიზაციის პირობები, მომხმარებელთა წრე და ა.შ. აპელანტის განმარტებით, უნდა აღინიშნოს, რომ მე-16 კლასის საქონლის ჩამონათვალი, რომლისთვისაც საქართველოში დარეგისტრირებულია ნიშანი “TIME” და გასაჩივრებული ნიშნით ”PRIME Time” მონიშნული იმავე კლასის საქონლის ჩამონათვალი ერთგვაროვანია, მოიცავს ნაბეჭდ პროდუქციას და შესაბამისად, აღნიშნულ საქონელს აქვს ერთნაირი დანიშნულება, გავრცელების გზები და მომხმარებელთა წრე. რაც შეეხება გასაჩივრებული ნიშნით მონიშნულ

38-ე კლასის მომსახურებას „კავშირგაბმულობა“, იგი წარმოადგენს ინფორმაციის გავრცელების ელექტრონულ საშუალებას (ახალი ამბების სააგენტოები, რადიომაუწყებლობა, ტელემაუწყებლობა, შეტყობინებებისა და გამოსახულებების გადაცემა კომპიუტერის მეშვეობით) და ასოციაციას იწვევს ინფორმაციის გავრცელების ისეთ საშუალებასთან, როგორცაა ნაბეჭდი პუბლიკაციები, კერძოდ, ჟურნალები. მით უმეტეს, რომ ჟურნალი TIME მომხმარებლისათვის ხელმისაწვდომია ინტერნეტის მეშვეობითაც ვებ გვერდზე www.time.com. შესაბამისად, ის ფაქტი, რომ სასაქონლო ნიშნის “TIME” მფლობელი კომპანია „თაიმ ინკ.“ წარმოადგენს მსოფლიო ბაზარზე კარგად ცნობილ ერთ-ერთ წამყვან საგამომცემლო ამერიკულ კომპანიას, ასევე, ზრდის მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის შესაძლებლობას საქონლის მწარმოებლის მიმართ. განმცხადებელი კომპანია ყველაზე მსხვილი გამომცემელია ამერიკასა და დიდ ბრიტანეთში, დაარსდა 1922 წელს და დღეისთვის გამოსცემს სხვადასხვა დასახელების 125-ზე მეტ ჟურნალს, მათ შორის მსოფლიოში ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ჟურნალებს, როგორცაა TIME, People და სხვა. რაც შეეხება ჟურნალს TIME, რომლის ლოგოც წარმოადგენს აპელაციის საგანს, იგი პირველად გამოიცა 1923 წელს და დღეისთვის გავრცელებულია მთელ მსოფლიოში, ხოლო მისი მკითხველების რაოდენობა 25 მილიონს აღწევს. გამომდინარე იქიდან, რომ ნიშანი “PRIME Time” მოიცავს აღნიშვნას “Time”, ადრევეამდე მსგავსია სასაქონლო ნიშნის “TIME” და ამ ნიშნით მონიშნულია მსგავსი საქონელი, ბუნებრივია, მომხმარებელს შეიძლება შეეკმნას წარმოდგენა, რომ ამ პროდუქციის მწარმოებელსაც კომპანია „ტაიმ ინკ“ წარმოადგენს. ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, ნიშანი “PRIME Time” არ ექვემდებარება საქართველოში დაცვას “სასაქონლო ნიშნების შესახებ” საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის “გ” ქვეპუნქტის თანახმად. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, აპელანტი ითხოვს, საქაბატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 14 ნოემბრის №1591/03 ბრძანების ბათილად ცნობას, რომლითაც შპს „პრაიმ თაიმი“-ის სახელზე დარეგისტრირდა საქართველოში სასაქონლო ნიშანი „PRIME Time” (საიდ. №69672/03) მე-16 და 38-ე კლასის საქონლისა და მომსახურების განცხადებული

ჩამონათვლისათვის.

მოწინააღმდეგე მხარე შპს „პრაიმ თაიმი“ არ ეთანხმება სააპელაციო საჩივარს შემდეგი გარემოებების გამო:

მოწინააღმდეგე მხარის განმარტებით, არამართებულია აპელანტის მსჯელობა თითქოს ნიშნები ერთმანეთის მსგავსია ვიზუალურად ისე, რომ აღრევას გამოიწვევს მომხმარებელში. თვალნათლივია განსხვავება ფერში, შრიფტში, საერთო კონფიგურაციაში, სიტყვათა რაოდენობაში. განსხვავებულია ასევე რეგისტრირებული ნიშნების ქდერადობა, კერძოდ სადავო ნიშანში პირველად გვესმის სიტყვა „პრაიმ“ და აღრევა შეუძლებელია. მოწინააღმდეგე მხარის განმარტებით, სემანტიკურად სადავო ნიშანს ნიშანს აპელანტის ნიშნისაგან გააჩნია განსხვავებული არსი, რადგან საუბარია არა უბრალოდ „დრო“-ზე, არც მაგ. ნიუ იორკის, არც ლონდონის „დროება“-ზე, არამედ განსხვავებულ დროზე. ზოგადად, სიტყვა „დრო“, „დროება“, „დრონი“ სხვადასვა ენაზე ხშირად გამოიყენება მრავალ ქვეყანაში პერიოდული გამოცემებისა და სატელევიზიო გადაცემების სახელწოდებად. მოწინააღმდეგე მხარის მითითებით, სადავო ნიშანი ქართველი მომხმარებლის უმეტესობისთვის უკვე კარგად ცნობილია. სადავო ნიშანი რეალობაში არსებობს, გამოდის და გაყიდვაშია ჟურნალი აღნიშნული სახელწოდებით და ეს ნიშანი ყოველდღიურად სატელევიზიო ეთერშიც სჩანს. მოწინააღმდეგე მხარის განმარტებით, აპელანტის ნიშანი შესაძლოა ცნობილია მომხმარებლის მხოლოდ მცირე ნაწილისათვის, ამ ჟურნალის ყიდვა, რომ მოისურვოს, მომხმარებელს გაუჭირდება მისი შოვნა, ამერიკიდან გამოწერა მოუწევს, რადგან იგი შიდა სავაჭრო ქსელში არ არის. აპელანტის რეგისტრირებული ნიშანი სხვადასხვა ქვეყნებში იმავე კლასში თანაარსებობს იქ რეგისტრირებულ ნიშნებთან IR 733707 (T-Times), IR 872529 (Best Times), IR 1095939 (TIMMY TIME), IR 1122661 (TIME OUT). თვით ამერიკაში თანაარსებობს მაგ. ნიშანთან IR 1019009 (TIME BOX), რომელიც გაცილებით მეტად ჰგავს აპელანტის ნიშანს, ვიდრე ჩვენი. იმავე აშშ ბაზარზე უპრობლემოდ ვრცელდება ჟურნალიც „THE TIMES“. ამდენად, აპელანტის ნიშანი სადავო ნიშნისადმი მომხმარებლისთვის აღრევამდე მსგავსად მე-16 კლასის საქონლისთვის (მითუმეტეს მე-9-სთვის, სადაც იგი რეგისტრირებულიც არ არის) არ უნდა ჩაითვალოს. ყოველივე

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მოწინააღმდეგე მხარე ითხოვს ნიშნის რეგისტრაციაზე ბრძანების ძალაში დატოვებას და სააპელაციო საჩივრის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმას.

კოლეგიამ განიხილა მხარეთა არგუმენტაცია, შესაგებელი, საქმეში არსებული მასალები და მიიჩნია, რომ სააპელაციო საჩივარი არ უნდა დაკმაყოფილდეს შემდეგ გარემოებათა გამო:

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, სასაქონლო ნიშანი არ რეგისტრირდება, თუ „მესამე პირის სახელზე რეგისტრირებული, უფრო ადრინდელი პრიორიტეტის მქონე სასაქონლო ნიშნის მსგავსია, ხოლო საქონელი – იდენტური ან იმდენად მსგავსი, რომ ჩნდება ამ სასაქონლო ნიშნების აღრევის, მათ შორის, ასოცირების შედეგად აღრევის შესაძლებლობა“.

კოლეგია ვერ გაიზიარებს აპელანტის პოზიციას სადავო და დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშნების მსგავსებასთან დაკავშირებით და მიიჩნია, რომ სადავო, შპს „პრაიმ თაიმი“-ის სახელზე დარეგისტრირებული სასაქონლო ნიშანი “PRIME Time” (საიდ. №69672/03) და აპელანტი კომპანიის კუთვნილი სასაქონლო ნიშანი „TIME” (საიდ. №6817/03) არ წარმოადგენს აღრევამდე მსგავს სასაქონლო ნიშნებს. სადავო და დაპირისპირებულ სასაქონლო ნიშნებს შორის არსებობს როგორც ვიზუალური ისე ფონეტიკური და სემანტიკური განსხვავება. სადავო და დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშნები განსხვავებულია ვიზუალურად, რადგან სადავო სასაქონლო ნიშანი წარმოადგენს კომბინირებულ სასაქონლო ნიშანს, რომელიც სიტყვიერ აღნიშვნასთან “PRIME Time” ერთად შეიცავს ასევე, გამოსახულებას, კერძოდ წითელი ფერის მართკუთხედის გამოსახულებას, სადაც თეთრ ფერში დატანილია წარწერა „Time”, ხოლო წითელი მართკუთხედის მარცხენა მხარეს, ვერტიკალურად წითელ ფერში თეთრ ფონზე დატანილია სიტყვიერი აღნიშვნა „PRIME”. რაც, შეეხება დაპირისპირებულ სასაქონლო ნიშანს „TIME”, აღნიშნული ნიშანიც წარმოადგენს კომბინირებულ სასაქონლო ნიშანს და სიტყვიერ აღნიშვნასთან ერთად შეიცავს ასევე გამოსახულებას, კერძოდ თეთრ მართკუთხედს შავი კანტით, სადაც მართკუთხედის ზემო ნაწილში შავი კანტის ქვეშ დატანილია შავ ფერში

შესრულებული წარწერა „TIME“. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ სადავო სასაქონლო ნიშანი წარმოადგენს ორი სიტყვისაგან შესრულებულ სიტყვიერ აღნიშვნას, სადაც პირველი სიტყვა არის „PRIME“, რომელიც შესრულებულია სტანდარტული ლათინური ასომთავრული ასოებით, ხოლო მეორე სიტყვა „Time“ შესრულებულია ასევე სტანდარტული ლათინური ასოებით, რომლის მხოლოდ პირველი ასო „T“ არის ასომთავრულად შესრულებული. აღნიშნულ სასაქონლო ნიშანში ძირითადი შინაარსობრივი დატვირთვა მოდის მის პირველ სიტყვაზე „PRIME“. ამასთან, სადავო და რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნების მსგავსი გამოსახულებითი ნაწილები განასხვავებს ნიშნებს იმ დონემდე, რომ არ მოხდეს ნიშნების ერთმანეთში აღრევა და მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა. სადავო და რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნები განსხვავებულია, ფონეტიკურად, რადგან სადავო სასაქონლო ნიშანი იქიდან გამომდინარე, რომ იგი ორ სიტყვიანია უდერს განსხვავებულად. განცხადებული და დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშნები, ვინაიდან, მთავრდება თანხმოვანზე ქართუნი ენის სპეციფიკიდან გამომდინარე ბოლოში ემატება „ი“ ხმოვანი და ქართველი მომხმარებლის მიერ სადავო სასაქონლო ნიშანი გამოითქმის, როგორც „პრაიმ თაიმი“, ხოლო დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშანი კი, როგორც „თაიმი“. კოლეგიას მიაჩნია, რომ ორ სიტყვიან სასაქონლო ნიშნებში როგორც, ვიზუალურად ისე უდერადობლივი თვალსაზრისით ნიშნის პირველი სიტყვა აღიქმება მომხმარებლისთვის უკეთესად, მით უფრო, როდესაც განცხადებულ და დაპირისპირებულ სასაქონლო ნიშნებს აქვთ სრულიად განსხვავებული გამოსახულება, რადიკალურად განსხვავებულ ფერში შესრულებული. განცხადებული და დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშანი განსხვავდება სემანტიკურად, რადგან განცხადებული სასაქონლო ნიშანი ინგლისურიდან ქართულზე ითარგმნება, როგორც „მთავარი დრო“, ხოლო დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშანი, კი როგორც „დრო“, რაც კიდევ უფრო მეტად ამცირებს სასაქონლო ნიშნები აღრევისა და მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის შესაძლებლობას საქონლის მწარმოებლის მიმართ.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სააპელაციო პალატის კოლეგიას მიაჩნია, რომ მოცემულ შემთხვევაში ადგილი არ აქვს „სასაქონლო

ნიშნების შესახებ” საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „გ” ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ შემთხვევებს და სასაქონლო ნიშნის „PRIME Time” (საიდ. №69672/03) რეგისტრაციაზე უარის თქმის საფუძველს.

სააპელაციო პალატის კოლეგიამ იხელმძღვანელა „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-16 მუხლით, სსიპ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის – საქპატენტის თავმჯდომარის 2011 წლის 18 მარტის №02 ბრძანებით დამტკიცებული საქპატენტთან არსებული სააპელაციო პალატის დებულების მე-15 მუხლის პირველი პუნქტის „გ” ქვეპუნქტით და

გ ა დ ა ო ო ე კ ი ტ ა :

1. კომპანიის „თაიმ ინკ“-ის (TIME INC.) სააპელაციო საჩივარი არ დაკმაყოფილდეს.
2. ძალაში დარჩეს საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის „საქპატენტის” სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 14 ნოემბრის №1591/03 ბრძანება სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციის შესახებ.
3. წინამდებარე გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს მცხეთის რაიონული სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. მცხეთა, სამხედროს ქ. №17) გადაწყვეტილების გაცნობის/ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში.

კოლეგიის თავმჯდომარე:

ი. გიქორაშვილი

წევრები:

მ. ბ.

დ. ჭიჭინაძე