



სააპელაციო პალატა
CHAMBER OF APPEAL

ქ. მცხეთა

"10" ივ 2018 წ.

გ ა დ ა წ ყ ვ ე ტ ი ლ ე ბ ა N2-11/18

საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრთან - „საქპატენტთან“ არსებულმა სააპელაციო პალატის კოლეგიამ, შემდეგი შემადგენლობით: ნ. გოგილიძე, თ. ჯაფარიძე, მ. ჭიჭინაძე, გ. ფანცულაიას მდივნობით განიხილა სს „თიბისი ბანკის“ N2-11/17 განცხადება, რომლითაც


მოითხოვება კომბინირებული სასაქონლო ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარება.



სააპელაციო პალატის კოლეგიამ განიხილა რა განცხადება და მასზე თანდართული მტკიცებულებები

გ ა მ ო ა რ კ ვ ი ა :

სს „თიბისი ბანკის“ განცხადების თანახმად, კომბინირებული სასაქონლო

ნიშანი  წარმოადგენს საყოველთაოდ ცნობილ ნიშანს. კერძოდ, სს

„თიბისი ბანკი“ საქართველოში წამყვანი ორგანიზაციაა და მისი ცნობადობა საქართველოს მოსახლეობაში არის ძალიან მაღალი. ამასთან, „თიბისი ბანკმა“ ლონდონის საფონდო ბირჟის პრემიუმ სეგმენტში გადაინაცვლა, რაც გულისხმობს განვითარების შეუზღუდავ შესაძლებლობას, ინვესტორთა ბაზის გაფართოებას და აქციების ლიკვიდურობის ზრდის პერსპექტივას, ხოლო ადგილობრივი ბაზრისთვის კიდევ უფრო სტაბილური, უმაღლესი სტანდარტებით მართული ბანკის სერვისების მიღებას. „თიბისი ბანკი“ დაფუძნდა 1992 წელს, ხოლო მისი აქციებით ვაჭრობა ლონდონის საფონდო ბირჟაზე 2014 წლიდან ხორციელდება. „თიბისი ბანკი“ გამოირჩევა კორპორაციული მართვის საუკეთესო შედეგებით და დადასტურებულია, რომ კომპანია არის უმაღლესი სტანდარტების მქონე ფინანსური ინსტიტუტი საქართველოში, რომელიც იმსახურებს ლონდონის საფონდო ბირჟის უმაღლეს სეგმენტში გადასვლას. სულ მსოფლიო მასშტაბით ლონდონის საფონდო ბირჟის პრემიუმ სეგმენტში მხოლოდ 12 ბანკია წარმოდგენილი, მათ შორის, უმსხვილესი საერთაშორისო ბანკები. 2017 წელს „თიბისი ბანკი“ შევიდა FTSE-250-ში, რითაც კიდევ უფრო გაიზარდა ბანკის ცნობადობა, როგორც ბაზარზე, ასევე, ქვეყნის ფარგლებს გარეთ. „თიბისი ბანკმა“ ლონდონის საფონდო ბირჟის პრემიუმ სეგმენტში ბანკის 50 მილიონამდე აქცია განათავსა. „თიბისი ბანკს“ საქართველოს მასშტაბით ყავს 7000 დასაქმებული და გააჩნია 159 ფილიალი/სერვისცენტრი, რითაც უზრუნველყოფს როგორც საქართველოს მოქალაქეების, ისე არარეზიდენტი პირების ხარისხიან მომსახურებას საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე. „თიბისი ბანკს“ ჰყავს 2,000,000-ზე მეტი მომხმარებელი, რაც საქართველოს სრულწლოვანი და ქმედუნარიანი მოსახლეობის უდიდეს ნაწილს შეადგენს. „თიბისი ბანკის“ საერთო აქტივები შეადგენს 12 მილიარდ ლარზე მეტს (2017 წლის სექტემბრის მდგომარეობით). სს „თიბისი ბანკის“ მარკეტინგის დირექტორის წერილის თანახმად, წარმოდგენილი კომბინირებული ნიშანი კომპანიის მიერ გამოიყენება 2007 წლიდან. ამასთან, იმის დასადასტურებლად, რომ კომბინირებული ნიშანი წარმოადგენს საყოველთაოდ აღიარებულ ნიშანს, კომპანიამ წარმოადგინა შემდეგი

მტკიცებულებები: „ტნს მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსის“ (TNS Market Intelligence Caucasus) მიერ, საქართველოს მასშტაბით, ჩატარებული სოციოლოგიური კვლევა ბანკების ცნობადობის შესახებ და ამავე კომპანიის მიერ ჩატარებული კვლევა „თიბისი ბანკის“ ლოგოს ცნობადობის შესახებ“; სპონსორობის შესახებ ინფორმაცია; ლიფლეტების/ბროშურების შესახებ ინფორმაცია; სოციალურ ქსელ „Facebook“-ზე, სს „თიბისი ბანკისა“ და მისი პროდუქტების მიმდევრების (Follower) შესახებ ინფორმაცია; საქართველოსა და ევროკავშირში დაცული სს „თიბისი ბანკის“ სასაქონლო ნიშნები; კომპანია „აიფიემის“ კვლევაზე დაფუძნებული სტატია „ქველმოქმედება 2017 წელს - თიბისი ბანკი ლიდერია“; ინტერნეტიდან ამობეჭდილი სტატია 20 ყველაზე აქტიური კომპანიის შესახებ; შპს „ისტერნ პრომოუშენისა“ და საქართველოს რაგბის კავშირის ცნობები სპონსორობის შესახებ; ბანკების ცნობადობის შესახებ კვლევა (მომზადებული 2018 წლის თებერვალს კომპანია „ეისითის“ მიერ); 2016-2017 წლების სპონსორობის ხელშეკრულებები; 2016-2017 წლების ხელშეკრულებები სარეკლამო მომსახურების შესახებ; საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2017 წლის 30 ნოემბრის N793/16 გადაწყვეტილება; საქართველოს ეროვნული ბანკის ცნობა; თიბისი ბანკის ცნობა ლოგოს შესახებ; „ბრაგო მედიას“ და „ბრაგო მედია ჰოლდინგის“ მიერ გაცემული ცნობა; CD-დისკზე ჩაწერილი სარეკლამო ვიდეო-მასალა; „თიბისი ბანკის“ 25 წლისთვის მიძღვნილი წიგნი; ბანკის ლიფლეტები/ბუკლეტები (სარეკლამო მასალა).

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე სს „თიბისი ბანკი“ ითხოვს



კომბინირებული სასაქონლო ნიშნის აღიარებას.

საყოველთაოდ ცნობილად

სააპელაციო პალატის კოლეგიამ განიხილა მხარის არგუმენტაცია, საქმეში არსებული მასალები და მიიჩნია, რომ N2-11/18 განცხადება უნდა დაკმაყოფილდეს შემდეგ გარემოებათა გამო:

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, „საქართველოში საყოველთაოდ ცნობილი ნიშნები დაცულია რეგისტრაციის გარეშე, პარიზის კონვენციის მე-6^{bis} მუხლის შესაბამისად. სასაქონლო ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარება ხდება „საქპატენტის“ სააპელაციო პალატის ან სასამართლოს მიერ, მისი კომპეტენციის ფარგლებში, დაინტერესებული პირის მოთხოვნით“.

კოლეგია განმარტავს, რომ არ არსებობს საქართველოს მიერ რატიფიცირებული რაიმე საერთაშორისო შეთანხმება, ან ნორმატიული აქტი, რომელიც ზუსტად განსაზღვრავს სასაქონლო ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარების საერთო და ფორმალური კრიტერიუმებს (მაგ., მომხმარებელთა რა კატეგორია და რამდენი პროცენტი უნდა იცნობდეს ნიშანს, ფაქტური გამოყენების მოცულობა, ხანგრძლივობა, გავრცელება და სხვა). შესაბამისად, კოლეგიას მიიჩნია, რომ ამ გარემოებამ ხელი არ უნდა შეუშალოს საყოველთაოდ ცნობილ სასაქონლო ნიშანზე უფლებების დაცვას და საკითხის გადაწყვეტისას უნდა დაეყრდნოს შესაბამისი კომპეტენტური ორგანოს შეფასებას. 1999 წლის 20-29 სექტემბერს პარიზის კონვენციის ქვეყნების გაერთიანების ასამბლეამ და ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციის, ისმო-ს (რომელიც ახორციელებს პარიზის კონვენციის ადმინისტრირებას) ასამბლეამ დაამტკიცა „ერთიანი რეკომენდაციები საყოველთაოდ ცნობილი სასაქონლო ნიშნების დაცვის შესახებ“, რომლის მიხედვით განისაზღვრა:

„მუხლი 2. განსაზღვრება იმისა, არის თუ არა ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილი წევრ სახელმწიფოში:

(1) (გასათვალისწინებელი ფაქტორები) (ა) იმის დადგენისას, არის თუ არა ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილი, კომპეტენტურმა ორგანომ მხედველობაში უნდა მიიღოს ნებისმიერი გარემოება, რომლიდანაც შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა, რომ ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილია.

(ბ) კერძოდ, კომპეტენტურმა ორგანომ მხედველობაში უნდა მიიღოს წარმოდგენილი ინფორმაცია იმ გარემოებთან დაკავშირებით, რომლითაც შეიძლება

გაკეთდეს დასკვნა იმის თაობაზე არის თუ არა ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილი, მათ შორის:

1. ნიშნის ცნობადობის ხარისხი ან აღიარება საზოგადოების შესაბამის სექტორში;

2. ნიშნის გამოყენების ხანგრძლივობა, გავრცელება და გეოგრაფიულ არეალი;

3. საზოგადოებისათვის ნიშნის გაცნობის ხელშეწყობის ღონისძიებები, მათ შორის, რეკლამისა და გამოქვეყნების და ამ ნიშნით მონიშნული საქონლისა და/ან მომსახურებების ბაზრობებსა და გამოფენებზე წარდგენის ხანგრძლივობა, გავრცელება და გეოგრაფიულ არეალი;

4. ნიშნის რეგისტრაციის ხანგრძლივობა და/ან სარეგისტრაციოდ წარდგენილი ნებისმიერი განაცხადის გეოგრაფიულ არეალზე გავრცელება, იმდენად რამდენადაც ის წარმოაჩენს ამ ნიშნის გამოყენებას ან ცნობადობას;

5. ნიშანზე უფლებების წარმატებული აღსრულება, რომლის შედეგადაც ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილად იქნა აღიარებული კომპეტენტური ორგანოების მიერ;

6. ნიშანთან დაკავშირებულ ღირებულება“.

აღნიშნული ჩამონათვალი არ არის ამომწურავი და ამასთან, ერთ შემთხვევაში შესაძლებელია ზემოთ მოცემული რამოდენიმე გარემოების დადასტურება საკმარისი იყოს სასაქონლო ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარებისათვის, ხოლო სხვა შემთხვევაში ზემოთ მოცემული გარემოებების დადასტურება არ იყოს საკმარისი სასაქონლო ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარებისათვის.

სააპელაციო პალატის კოლეგიამ ყურადღება გამახვილა შემდეგ მტკიცებულებებზე:

ნიშნის ცნობადობის ხარისხი ან აღიარება საზოგადოების შესაბამის სექტორში.


აღნიშნული ფაქტორის შეფასებისას, სააპელაციო პალატამ, განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილა საქართველოს ეროვნული ბანკის წერილზე, რომლის თანახმად, სს „თიბისი ბანკის“ მიერ წარმოდგენილი ოფიციალური ანგარიშგებების

საფუძველზე, 2018 წლის 28 თებერვლის მდგომარეობით, სს „თიბისი ბანკი“ ფლობს 13 ფილიალს, 141 სერვისცენტრს და ჰყავს 1,109,439 დეპოზიტარი. გარდა ამისა, პალატამ მხედველობაში მიიღო საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2017 წლის 30 ნოემბრის N793/16 გადაწყვეტილება, შპს „კავკასუს ონლაინის მიმართ“ სს „თიბისი ბანკის“ საჩივრის განხილვის თაობაზე. კერძოდ, კომისიის გადაწყვეტილებაში აღნიშნულია, რომ „სს „თიბისი ბანკი“ ერთ-ერთი უმსხვილესი საკრედიტო დაწესებულებაა საქართველოში, სს „თიბისი ბანკის“ მომხმარებელთა რაოდენობამ 2017 წლისთვის 2 მილიონს მიაღწია (www.tcbank.ge) და მისი ცნობადობა საქართველოს მოქალაქეებში საკმაოდ მაღალია“. ამასთან, კომისია გადაწყვეტილებაში მიუთითებს, შემდეგ: „ამდენად, მოსახლეობის (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის 2017 წლის მონაცემებით საქართველოს მოსახლეობის ოდენობა - 3 718 200 ადამიანი) უდიდესი ნაწილი წარმოადგენს ინტერნეტ მომხმარებელს, ხოლო ინტერნეტ მომხმარებელთა მნიშვნელოვანი ნაწილი წარმოადგენს სს „თიბისი ბანკის“ კლიენტს“.

ამასთან, სააკპელაციო პალატის კოლეგიამ მხედველობაში არ მიიღო კომპანიის მიერ წარმოდგენილი სოციოლოგიური კვლევები. ვინაიდან, შპს „მარკეტ ინტელიჯენს კავკასუსის“ და შპს „ეისითის“ კვლევები ბანკების ცნობადობის შესახებ, შეეხება სიტყვიერი ელემენტებს - “TBC”, „თიბისი ბანკი“ და არა საყოველთაოდ



ცნობილად აღიარებისთვის წარმოდგენილ კომბინირებულ ნიშანს

ამასთან, შპს „მარკეტ ინტელიჯენს კავკასუსის“ ლოგოს ცნობადობის შესახებ კვლევის შეკითხვები დაკავშირებულია მხოლოდ ფორმასა (სამკუთხედი, წრე) და ფერთან (ლურჯი, თეთრი, მუქი ლურჯი, ცისფერი) და არა საყოველთაოდ ცნობილად აღიარებისთვის წარმოდგენილ კომბინირებულ ნიშნის გამოსახულებით ელემენტთან - .

ნიშნის გამოყენების ხანგრძლივობა, გავრცელება და გეოგრაფიულ არეალი.

აღნიშნული ფაქტორის შეფასებისას, სააპელაციო პალატამ, განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილა სს „თიბისი ბანკის“ მარკეტინგის დირექტორის წერილზე, რომლის თანახმად, წარმოდგენილი კომბინირებული ნიშანი კომპანიის მიერ გამოიყენება 2007 წლიდან. ამასთან, საქართველოს ეროვნული ბანკის წერილის თანახმად, 2018 წლის 28 თებერვლის მდგომარეობით, სს „თიბისი ბანკი“ ფლობს 13 ფილიალს, 141 სერვისცენტრს. გარდა ამისა, სს „თიბისი ბანკის“ ოფიციალური ვებ-გვერდის თანხმად, ზემოაღნიშნული ფილიალები მდებარეობს საქართველოს სხვადასხვა ქალაქში, მათ შორის: თბილისში; ბათუმში; ქუთაისში; თელავში; გურჯაანში; ფოთში; ზუგდიდში, მარტვილში და ა.შ და იგი ქვეყნის საკმაოდ დიდ ნაწილს ფარავს (<http://www.tbcbank.ge/web/ka/web/guest/branches-and-atms>).

საზოგადოებისათვის ნიშნის გაცნობის ხელშეწყობის ღონისძიებები, მათ შორის, რეკლამისა და გამოქვეყნების და ამ ნიშნით მონიშნული საქონლისა და/ან მომსახურებების ბაზრობებსა და გამოფენებზე წარდგენის ხანგრძლივობა, გავრცელება და გეოგრაფიულ არეალი.

კომპანიის მიერ გაწეული სარეკლამო აქტივობები წარმოადგენს მნიშვნელოვან ფაქტორს ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარებისთვის, იმდენად რამდენადაც, აღნიშნული აქტივობები ზრდის სასაქონლო ნიშნის ცნობადობას შესაბამის მომხმარებელში. ინტენსიური და ფართოდ გავრცელებული სარეკლამო აქტივობები ძლიერი მაჩვენებელია იმისა, რომ ნიშანმა დაიმკვიდრა ცნობადობა პოტენციურ და რეალურ მომხმარებელში. სს „თიბისი ბანკის“ მიერ წარმოდგენილი, მტკიცებულებები ადასტურებს მის მიერ განხორციელებულ სასაქონლო ნიშნის პოპულარიზაციის მიზნით განხორციელებულ აქტივობებს, მათ შორის, წარმოდგენილია:

- შპს „ისტერნ პრომოუშენის“ ცნობა, რომელიც ადასტურებს, რომ 2011 წლიდან „თიბისი ბანკი“ წარმოადგენს შპს „ისტერნ პრომოუშენის“ მიერ ორგანიზებული ჯაზ ფესტივალების გენერალურ სპონსორს;
- საქართველოს რაგბის კავშირის ცნობა, რომელიც ადასტურებს, რომ 2016 წლის 15 თებერვლიდან სს „თიბისი ბანკი“ წარმოადგენს „საქართველოს რაგბის კავშირის გენერალურ სპონსორს“;
- 2016 წლის 25 აპრილს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „ვატერს“ და 2017 წლის 10 ნოემბერს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „ალთერნაიტს“ შორის დადებული ხელშეკრულებები სპონსორობის შესახებ, რომლის თანახმად, სს „თიბისი ბანკი“ წარმოადგენს „თბილისი ოუფენ ეარის“ სპონსორს;
- 2016 წლის 17 თებერვალს და 2017 წლის 1 მარტს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „ფოტოსახლი ქოლგას“-ს შორის დადებული ხელშეკრულებები გენერალური სპონსორობის შესახებ, რომლის თანახმად, სს „თიბისი ბანკი“ წარმოადგენს „ქოლგა თბილისი ფოტოს“ გენერალურ სპონსორს;
- 2016 წლის 24 მაისს და 2017 წლის 1 მისს სს „თიბისი ბანკსა“ და ააიპ „არტგენს“ შორის დადებული ხელშეკრულებები სპონსორობის შესახებ, რომლის თანახმად, სს „თიბისი ბანკი“ წარმოადგენს ფოლკლორული ფესტივალის „არტ გენი“ სპონსორს.

ამასთან, წარმოდგენილია ხელშეკრულებები სარეკლამო მომსახურების შესახებ:

- 2017 წლის 31 მარტს და 1 სექტემბერს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „სეტანტა ჯორჯიას“ შორის დადებული სარეკლამო მომსახურების ხელშეკრულებები;
- 2016 წლის 1 სექტემბერს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „თბს ტვ მედიას“ შორის დადებული სარეკლამო მომსახურების ხელშეკრულება;
- 2016 წლის 4 ნოემბერს და 2017 წლის 10 მარტს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „ინტერ მედიას“ შორის დადებული სარეკლამო მომსახურების ხელშეკრულებები;

- 2016 წლის 17 მაისს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „სტუდია მაესტროს“ შორის დადებული სარეკლამო მომსახურების ხელშეკრულება;
- 2017 წლის 28 აპრილს სს „თიბისი ბანკსა“ და შპს „ბრავო მედიას“ შორის დადებული სარეკლამო მომსახურების ხელშეკრულება. გარდა ამისა, წარმოდგენილია კომპანიის შპს „ბრავო მედიას“ და შპს „ბრავო მედია ჰოლდინგის“ 2018 წლის 04 აპრილის ცნობები, რომელიც ადასტურებს, რომ სს „თიბისი ბანკი“ წარმოადგენს შპს „ბრავო მედიას“ და შპს „ბრავო მედია ჰოლდინგის“ კონტრაქტორს 2015 წლიდან 2017 წლის ჩათვლით და რომ ხელშეკრულების ფარგლებში სს „თიბისი ბანკი“ პირნათლად ასრულებდა ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ვალდებულებებს და კომპანიების ანგარიშზე ჩარიცხული აქვს ხელშეკრულებებით გათვალისწინებული მომსახურების თანხები.


ამასთან, კომპანიამ წარმოადგინა სოციალური ქსელის „Facebook“-ის ოფიციალური გვერდის ბმული, რაც ადასტურებს, რომ აღნიშნული გვერდი მოწონებული (Like) აქვს 655,323 ადამიანს და გვერდის მიმდევარია (Follow) 645,598 ადამიანი.

გარდა ამისა, „ბიზნეს მედია ჯორჯიას“ ვებ-გვერდიდან, წარმოდგენილია სტატია „20 ყველაზე აქტიური კომპანია მედიაში“ (<http://www.bm.ge/ka/video/20-yvelaze-aqtiuri-kompania-mediashi/6810>), სადაც მოცემულია ინფორმაცია „აიფიემის“ კვლევის შესახებ, რომლის თანახმად, 2017 წელს, ქართული კომპანიებიდან, მედიაში ყველაზე მეტჯერ „თიბისი ბანკი“ იყო ნახსენები. ასევე, წარმოდგენილია „ბანკები და ფინანსების“ ვებ-გვერდზე მოთავსებული სტატია „ქველმოქმედება 2017 წელს - თიბისი ბანკი ლიდერია“, სადაც მოცემულია ინფორმაცია „აიფიემის“ კვლევის შესახებ, რომლის თანახმად, „თიბისი ბანკი“ ლიდერია ქველმოქმედებაში (<http://bfm.ge/?p=372879>).

კომპანიამ, ასევე წარმოადგინა ჟურნალი „თიბისი ჟურნალი ხელოვნებაზე, კულტურასა და ფინანსებზე (2015/4 (9)), წიგნი - „თიბისი 25 წელი დამოუკიდებელ საქართველოსთან ერთად“, სხვადასხვა სარეკლამო მასალა და სარეკლამო რგოლები.

ნიშნის რეგისტრაციის ხანგრძლივობა და/ან სარეგისტრაციოდ წარდგენილი ნებისმიერი განაცხადის გეოგრაფიულ არეალზე გავრცელება და ნიშანზე უფლებების წარმატებულ აღსრულება.

სხვა ქვეყნებში სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციის რაოდენობა და სასაქონლო ნიშნიდან გამომდინარე განსაკუთრებული უფლებების აღსრულების მაგალითები, ერთ-ერთი ფაქტორია ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარებისათვის. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააპელაციო პალატამ მხედველობაში მიიღო კომპანიის მიერ წარმოდგენილი დოკუმენტი, რომლის თანახმად, კომბინირებული

ნიშანი  (რეგ. N015033475) რეგისტრირებულია ევროკავშირის ინტელექტუალური საკუთრების ოფისში, რაც, თავის მხრივ მოიცავს ევროკავშირის 28 სახელმწიფოს. ამასთან, კოლეგიამ მხედველობაში მიიღო, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2017 წლის 30 ნოემბრის N793/16 გადაწყვეტილება, შპს „კავკასუს ონლაინის მიმართ“ სს „თიბისი ბანკის“ საჩივრის განხილვის თაობაზე, რომლის თანახმად, სს „თიბისი ბანკმა“ კომისიას მიმართა მოთხოვნით, დაევალებინა შპს „კავკასუს ონლაინისთვის“ ინტერნეტდომენების “mytbc.ge”, “mytbcbank.ge”, “itbc.ge”; “itbcbank.ge” რეგისტრაციის გაუქმება.

სააპელაციო პალატამ ზემოაღნიშნული მტკიცებულებების გამოკვლევის შედეგად დააგინა, რომ წარმოდგენილი მტკიცებულებები ერთიანობაში საკმარისია

საყოველთაოდ ცნობილ ნიშნად. კერძოდ, კომბინირებული ნიშანი სს „თიბისი ბანკის“ მიერ გამოიყენება 2007 წლიდან. კომპანიას ჰყავს 1,109,439 დეპოზიტარი, რაც საქართველოს სრული მოსახლეობის დაახლოებით 30%-ს შეადგენს (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სააგენტოს მონაცემების თანახმად, საქართველოს მოსახლეობის რიცხოვნობა 3 726 400 ადამიანს შეადგენს http://geostat.ge/?action=page&p_id=151&lang=geo). სს „თიბისი ბანკი“ ერთ-ერთი უმსხვილესი საკრედიტო დაწესებულებაა საქართველოში, რომელიც ფლობს 13 ფილიალს და 141 სერვისცენტრს საქართველოს სხვადასხვა ქალაქში (<http://www.tbcbank.ge/web/ka/web/guest/branches-and-atms>) და იგი ქვეყნის დიდ ნაწილს ფარავს. კომპანია, წარმოდგენილი კომბინირებული ნიშნის გამოყენებით, წლების განმავლობაში, ინტენსიურად ახორციელებს სარეკლამო ხასიათის სხვადასხვა აქტივობას და ლიდერია მედიაში ხსენებისა და ქველმოქმედებითი საქმიანობის კუთხით.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კოლეგიას მიაჩნია, რომ სასაქონლო

ნიშანი უნდა იქნას აღიარებული საყოველთაოდ ცნობილად.

სააპელაციო პალატის კოლეგიამ იხელმძღვანელა „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-16 მუხლით, სსიპ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის – „საქპატენტის“ თავმჯდომარის 2011 წლის 18 მარტის N02 ბრძანებით დამტკიცებული საქპატენტთან არსებული სააპელაციო პალატის დებულების მე-15 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტით და

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. სს „თიბისი ბანკის“ N2-11/18 განცხადება დაკმაყოფილდეს.



2. სასაქონლო ნიშანი აღიარებულ იქნას საყოველთაოდ ცნობილად.

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:

წევრები:

ნ. გოგილიძე

თ. ჯაფარიძე

მ. ჭიჭინაძე



სააპელაციო პალატა
CHAMBER OF APPEAL

ქ. მცხეთა

"09" 05 2018 წ.

ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა N 98

საქპატენტთან არსებული სააპელაციო პალატის მიერ N2-11/18 განცხადებასთან დაკავშირებით მიღებული გადაწყვეტილების დამტკიცების შესახებ

სსიპ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის საქპატენტის თავმჯდომარის 2011 წლის 18 მარტის N02 ბრძანებით დამტკიცებული საქპატენტთან არსებული სააპელაციო პალატის დებულების მე-15 მუხლის მე-8 პუნქტის და საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 52-ე მუხლის საფუძველზე

ვ ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა:

1. დამტკიცდეს საქპატენტთან არსებული სააპელაციო პალატის კოლეგიის მიერ 2018 წლის 10 აპრილს სს „თიბისი ბანკის“ განცხადების განხილვის შედეგად მიღებული N2-11/18 გადაწყვეტილება.
2. ბრძანება შეიძლება გასაჩივრდეს გადაწყვეტილებასთან ერთად ბრძანების გაცნობიდან/ჩაბარებიდან ერთი თვის ვადაში მცხეთის რაიონულ სასამართლოში (მის.: ქ. მცხეთა, სამხედროს ქ. N17).

სააპელაციო პალატის
 თავმჯდომარე

ნიკოლოზ გოგილიძე